



2018 GRUPO TELEVISA
REPORTE DE
SUSTENTABILIDAD



01
06
08
13
15
16
16
20
21
22
24
25
26
28
30
33
36
37
41
45
53



ÍNDICE

Fuerza laboral	58
Beneficios y compensaciones	62
Comunicación interna	65
Clima organizacional	66
Capacitación y desarrollo	67
Desempeño, gestión y evaluación	71
Igualdad en el trabajo	73
Inclusión en el trabajo	75
Salud en el trabajo	76
Seguridad en el trabajo en nuestras instalaciones	79
Responsabilidad medioambiental	85
Política de gestión ambiental	89
Certificaciones externas	91
Consumo eficiente de energía	95
Energía renovable	97
Emisiones de gases de efecto invernadero	98
Gestión de residuos	99
Uso sostenible del agua	105
Preservación de la biodiversidad en Grupo Televisa	107
Nuestras principales acciones de responsabilidad social en la comunidad	109
Satisfacción del cliente	113
Aspectos clave en la relación con nuestros clientes	115
Contenido en línea	116
Manejo y protección de la información	117
Cadena de suministro comprometida con la sostenibilidad	119
Gestión sostenible de nuestra cadena de suministro	121
Estrategia comercial en nuestra cadena de suministro	127
Información de contacto	129
Índice Indicadores ASG	130



CARTA DE NUESTROS CO-PRESIDENTES EJECUTIVOS

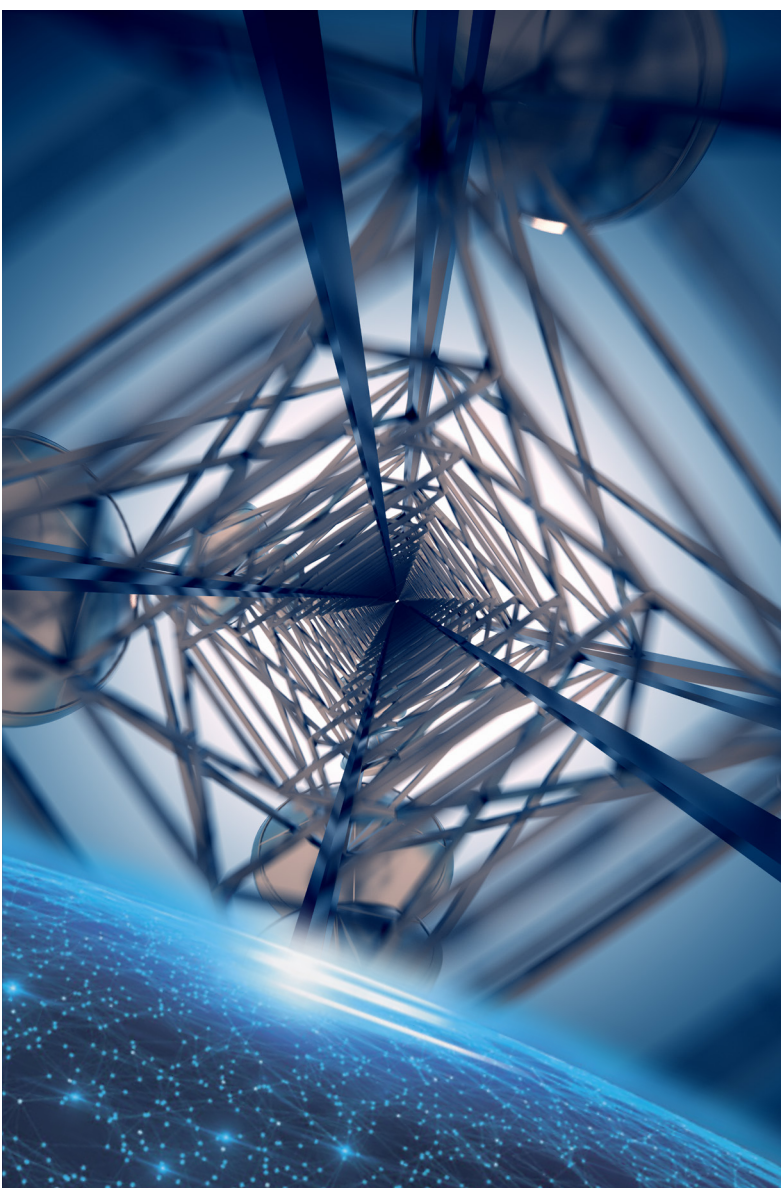
(GRI 102-14)

En Televisa, estamos comprometidos a liderar la sostenibilidad a través de programas medibles que mejoran nuestro desempeño ambiental, social y de gobierno corporativo. Además, nos comprometemos a proporcionar contenido de manera responsable y una comunicación transparente como elementos clave de nuestra estrategia comercial. En línea con estos compromisos, nos complace presentar el sexto informe de sostenibilidad de Grupo Televisa para informar a nuestros grupos de interés sobre el valor que proporcionamos teniendo en cuenta nuestros esfuerzos corporativos, sociales y ambientales.

En 2018, Televisa logró grandes avances en sostenibilidad. Los indicadores clave de desempeño fueron continuamente refinados y monitoreados. El impacto de nuestros programas de responsabilidad social corporativa fue evaluado periódicamente en una cultura de mejora continua. Nuestros esfuerzos de sostenibilidad han sido reconocidos en México y en todo el mundo.

Desde 2013, somos miembros del Índice de Sostenibilidad de la Bolsa Mexicana de Valores. Actualmente, este Índice incluye 30 emisoras, que han sido seleccionados en función de su compromiso en gestión ambiental, gobierno corporativo y responsabilidad social.

Desde 2016, somos signatarios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (ONU), la iniciativa de sustentabilidad corporativa más grande del mundo, y hemos incorporado los Objetivos de Desarrollo de la Sostenibilidad y los Diez Principios de la ONU como parte de nuestra estrategia, cultura y acciones diarias. Además, desde 2016, hemos sido seleccionados como un componente del FTSE4Good Emerging Index.



En 2018, nuestros programas de responsabilidad social fueron reconocidos por segunda ocasión con el distintivo “Empresa Socialmente Responsable”, otorgado por el Centro Mexicano de la Filantropía y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial. Recibimos este distintivo por nuestra participación continua con la comunidad, calidad de vida laboral, cuidado y preservación del medio ambiente, y ética empresarial.

Asimismo, en 2018, fuimos seleccionados como miembros del Dow Jones Sustainability Index MILA, compuesto por líderes de sostenibilidad de Chile, Perú, México y Colombia. Además, fuimos seleccionados como una de las tres Compañías mexicanas incluidas en el Dow Jones Sustainability Emerging Markets Index, que está compuesto por líderes de sostenibilidad de Europa Occidental, India, China, Sudáfrica, América Central, América del Sur y otros países. Los índices de sostenibilidad Dow Jones reconocen a las empresas públicas por su desempeño sobresaliente en los sectores económico, ambiental y social, y son utilizados como referencia por los inversionistas que considerarán la sostenibilidad al tomar decisiones de inversión.

Además, en enero de 2019, fuimos seleccionados como una de las cuatro empresas mexicanas incluidas en el

Índice de Igualdad de Género (GEI, por sus siglas en inglés) de Bloomberg, el cual distingue empresas comprometidas con la transparencia en los informes de género y el avance en la igualdad de género. El GEI es un índice de referencia que seleccionó a 230 firmas comprometidas con la transparencia en los informes de género y el avance en la igualdad de género de diez sectores diferentes en 36 países y regiones.

Estos logros son el resultado de nuestra revisión y mejora continua de políticas internas, procesos y sistemas de gestión para mejorar nuestro desempeño corporativo. En el área ambiental, Televisa se ha centrado en desarrollar e implementar programas de eficiencia energética, proyectos de energía renovable y otras iniciativas para reducir el consumo de agua y la generación de residuos. Como ejemplo, se eligió un proveedor de gestión de residuos en función de los criterios ambientales para recolectar y reciclar residuos electrónicos en nuestro negocio de Cable, generando hasta 24,227 kg de CO2 en ahorros ambientales en 2018.

En el área social, a través de la Fundación Televisa, el brazo filantrópico de nuestra Compañía, nos hemos centrado en fortalecer nuestras comunidades mientras trabajamos para inspirar y desarrollar el potencial humano





BERNARDO GÓMEZ
Co- Presidente Ejecutivo



ALFONSO DE ANGOITIA
Co-Presidente Ejecutivo

a través de iniciativas educativas y culturales innovadoras. En 2018, Fundación Televisa ayudó a transformar las vidas de niños, jóvenes y adultos, llegando a más de un millón de beneficiarios a través de diferentes programas en áreas como educación, cultura, desarrollo empresarial, salud, cuidado del medio ambiente y ayuda para desastres naturales.

En cuanto a nuestro gobierno corporativo, la vasta experiencia de nuestro Consejo y alta dirección en nuestras diversas divisiones es puesta en práctica en nuestras estrategias, que estamos firmemente comprometidos a ejecutar teniendo en cuenta nuestros objetivos de sostenibilidad. Para apoyar este objetivo, Televisa cuenta con una unidad de Sostenibilidad y Análisis, que reporta directamente a nuestro VP de Relaciones con Inversionistas. Cada mes, nuestro VP Relaciones con Inversionistas comparte el progreso de nuestras iniciativas de sostenibilidad con un equipo liderado por nosotros dos.

En Televisa, valoramos el interés de nuestros grupos de interés en nuestros esfuerzos ambientales, sociales y de gobierno corporativo. Entendemos nuestro compromiso con la sostenibilidad como algo más que un esfuerzo por hacer el bien, sino como una parte central de nuestro negocio que contribuirá a nuestro crecimiento y éxito. Nunca satisfechos, seguimos firmemente comprometidos a mejorar y alinear continuamente nuestras operaciones con los estándares y las mejores prácticas internacionales a largo plazo.

La información contenida en este reporte ha sido elaborada por Grupo Televisa, S.A.B. y no contiene, ni pretende contener, toda la información necesaria para tomar cualquier decisión de inversión relacionada con la Compañía y/o con cualesquiera de los valores emitidos por ésta. La información contenida en este reporte contiene estimaciones y análisis subjetivos y juicios de valor.

No se hace declaración alguna respecto a la precisión, suficiencia, veracidad o exactitud de la información y opiniones aquí contenidas; o de los estimados o proyecciones; o de que todos los supuestos relacionados con dichos estimados o proyecciones han sido considerados o declarados; o que dichas proyecciones se materializarán. Esta presentación no constituye, o forma parte de, una oferta de venta o emisión de valores o una solicitud de oferta para comprar o adquirir valores en cualquier jurisdicción; actividades que sólo pueden llevarse a cabo de conformidad con la legislación aplicable. De igual

forma, esta presentación no constituye una invitación para realizar actividades de inversión, o una base para la celebración de cualesquier contrato o compromiso de cualquier forma.

Este reporte contiene declaraciones que constituyen declaraciones sobre hechos futuros (incluyendo declaraciones relacionadas con desarrollo de actividades y condiciones generales de la Compañía) y que no se encuentran basadas en hechos históricos, pero que reflejan las opiniones actuales sobre la Compañía y su gestión con respecto a su desempeño, la gestión del negocio, y eventos futuros. Estas declaraciones a futuro incluyen, de manera enunciativa más no limitativa, cualquier declaración que pueda predecir, pronosticar, indicar o implicar resultados futuros, rendimiento o logros y pueden contener palabras como “creer”, “anticipar”, “esperar”, “prever”, o cualquier otra palabra o frase de significado similar.

Estas declaraciones incluyen descripciones referentes a las intenciones, creencias o expectativas actuales. Estas





declaraciones pueden reconocerse por el uso de palabras tales como “espera”, “planea”, “estima”, “proyecta”, “anticipa”, o palabras de significado similar. Dichas declaraciones sobre hechos futuros no son garantías de desempeño futuro e implican riesgos e incertidumbres y los resultados que efectivamente se obtengan pueden diferir de aquellos contenidos en las declaraciones sobre hechos futuros como resultado de diversos factores y presunciones.

Por su propia naturaleza, las declaraciones con respecto al futuro conllevan riesgos de carácter tanto general como específico; y es posible que las incertidumbres y pronósticos, predicciones, proyecciones y demás declaraciones con respecto al futuro no se cumplan. Se advierte a los inversionistas que existen diversos factores que podrían ocasionar que los resultados reales difieran en forma significativa de los planes, objetivos, expectativas, estimaciones e intenciones manifestadas de manera expresa o implícita en las declaraciones con respecto al futuro. En caso de que se materialice uno o más de los riesgos o factores inciertos antes descritos, o de que las presunciones en que se basan las declaraciones con respecto al futuro resulten incorrectas, los resultados reales podrían diferir de manera adversa y significativa de los resultados esperados, estimados, previstos, pronosticados o deseados.

Cualquier persona que reciba esta presentación no deberá de interpretar el contenido de la misma como una asesoría legal, fiscal o de inversión, en el entendido que dichas personas deberán consultar a sus propios asesores para tales efectos, adicionalmente, reconocen que la información aquí contenida es para fines informativos únicamente. Las declaraciones con respecto al futuro únicamente son válidas a la fecha de este reporte y no asumimos obligación alguna de actualizarlas en

caso de que adquiramos nueva información o de los hechos o acontecimientos que ocurran.

Además, de tiempo en tiempo pueden surgir factores adicionales que afecten nuestras actividades y es imposible predecir la totalidad de dichos factores, evaluar sus posibles efectos sobre nuestras operaciones o determinar la medida en que un determinado factor o una determinada serie de factores podrían ocasionar que los resultados reales difieran en forma adversa y significativa de los expresados en las declaraciones con respecto al futuro.

No podemos garantizar que cumpliremos con los planes, las intenciones o las expectativas manifestadas de manera expresa o implícita en las declaraciones con respecto al futuro contenidas en esta presentación. Además, los inversionistas de valores emitidos por la Compañía no deben interpretar las declaraciones con respecto a las tendencias o actividades previas como garantía de que dichas tendencias o actividades continuarán en el futuro. Todas las declaraciones con respecto al futuro, sean verbales, por escrito, o en formato electrónico, imputables a nosotros o a nuestros representantes, están expresamente sujetas a las salvedades antes descritas.

Toda la información relevante relacionada con la Compañía, particularmente la que se refiere a los factores de riesgo, está contenida en el reporte anual por el año terminado al 31 de diciembre de 2018 que se encuentra disponible en la página web de la Bolsa Mexicana de Valores, S.A.B. de C.V. en www.bmv.com.mx. Se advierte al inversionista que cualquier decisión sobre su inversión en valores emitidos por la Compañía debe ser tomada con base en la información proporcionada únicamente en el prospecto de colocación correspondiente.

ACERCA DE ESTE INFORME:

COMPROMETIDOS CON LA TRANSPARENCIA

(GRI 102-48, GRI 102-49, GRI 102-50, GRI 102-51, GRI 102-52, GRI 102-54)

Presentamos el Informe de Sostenibilidad 2018 de Grupo Televisa, el cual ofrece una visión general e integral de nuestros avances en la promoción del desarrollo sostenible en la Compañía, la sociedad y el medioambiente, así como en beneficio de las generaciones presentes y futuras.

Reiteramos nuestro compromiso por divulgar nuestro desempeño en sostenibilidad de manera transparente, como una manera de expresar nuestra obligación de actuar en forma ética y responsable, en respuesta a las expectativas de nuestros grupos de interés y audiencias.

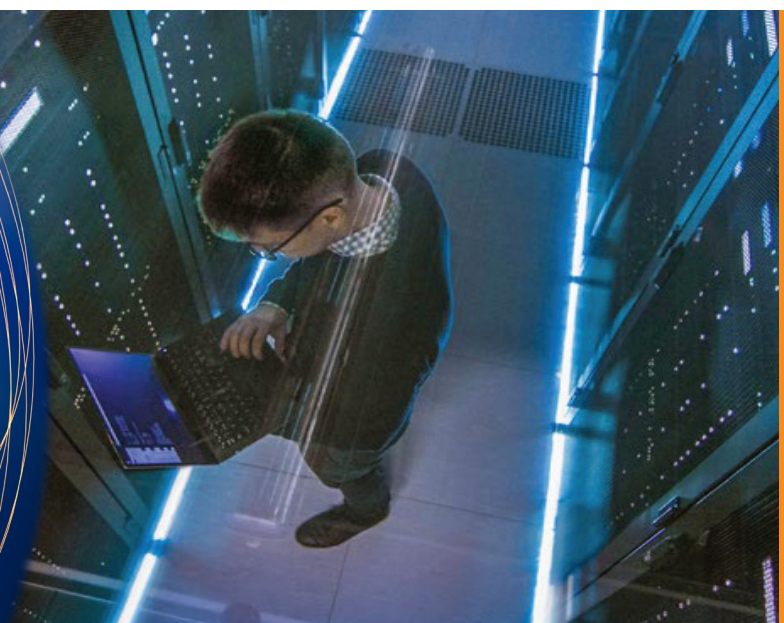
Por sexto año consecutivo, presentamos información relevante sobre Grupo Televisa, sus impactos, desafíos y logros en materia de sostenibilidad durante el año 2018.

Grupo Televisa tiene la misión de satisfacer las necesidades de comunicación, conectividad, entretenimiento e información de nuestros clientes y audiencias, cumpliendo a la vez con nuestras exigencias de rentabilidad, a través de los más altos estándares globales de calidad, creatividad y responsabilidad social.

En nuestra calidad de Compañía de medios en el mundo de habla hispana y operador relevante de cable y televisión de paga en los hogares mexicanos, hemos elaborado este informe con base en los principios para la elaboración de informes de calidad, tales como equilibrio, comparabilidad, precisión, puntualidad, claridad y fiabilidad.

Así mismo, comunicamos la información de forma clara y transparente, con base en los principios de materialidad, inclusión de grupos de interés, contexto de sostenibilidad y exhaustividad.

A partir del principio de materialidad, nos enfocamos en aquellos aspectos que reflejan el impacto de Grupo Televisa en las esferas económica, medioambiental y social, que pueden influir sustancialmente en las decisiones y evaluaciones de nuestros grupos de interés.





Bajo el principio de inclusión de nuestros grupos de interés, hacemos mención de aquellos que son relevantes para Grupo Televisa y explicamos cómo respondemos a sus expectativas e intereses.

Bajo el principio de contexto de sostenibilidad, presentamos nuestras contribuciones y compartimos nuestros esfuerzos por mejorar las condiciones económicas, sociales y medioambientales, así como los indicadores de progreso y tendencias en las zonas geográficas en donde operamos. Comunicamos nuestro desempeño tomando en consideración nuestra estrategia de sostenibilidad, así como los riesgos y oportunidades detectadas a largo plazo, expresando la dimensión de nuestro impacto.

Finalmente, en función del principio de exhaustividad, compartimos los aspectos materiales de nuestra estrategia de negocio y su alcance, de forma que reflejen los impactos significativos en los ámbitos económico, social y medioambiental. Esto, con el fin de que nuestros grupos de interés cuenten con los elementos necesarios para analizar el desempeño de Grupo Televisa en 2018.

El presente informe comprende las actividades realizadas entre el 1ero de enero al 31 de diciembre de 2018¹. La información corporativa, así como la correspondiente a las subsidiarias mexicanas y otras Compañías de Grupo Televisa, incluye a los principales países y regiones en donde operamos: México, Latinoamérica, Estados Unidos y Europa. Sin embargo, la información relativa a ciertos indicadores se explica en cada caso específico.

Televisa ha establecido una estrategia de sustentabilidad alineada a los Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS). En este informe, nuestros esfuerzos en sostenibilidad muestran su pertenencia a su correspondiente ODS, cuando aplique.

Este informe utiliza los estándares GRI (General Reporting Initiative, Sustainability Reporting Standards), en su opción esencial, los cuales son utilizados en varias industrias. El suplemento GRI del sector medios también está incluido como guía para reportar temas sobre nuestro desempeño de sostenibilidad significativos para nuestras industrias.

¹ También se incluyó información relevante de 2019, dada su importancia para el proceso de evaluación y toma de decisiones de nuestros grupos de interés. Dicha información queda claramente indicada en las secciones correspondientes.



Además, este informe utiliza indicadores clave de rendimiento (KPIs) desarrollados por SASB, que complementan los principios marco del Consejo de Normas de Divulgación Climática (CDSB por siglas en inglés) sobre reporte de información ambiental en informes corporativos. Para este informe, utilizamos KPIs para las industrias de medios y entretenimiento, y servicios de telecomunicación.

Ambas metodologías, GRI y SASB representan un lenguaje común para organizaciones y calificadoras que miden el desempeño de sostenibilidad a través de criterios relevantes. Adicionalmente, el proceso de reporte está alineado con los Principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta, establecidos por el *AccountAbility AA1000APS 2008*.

Los temas materiales abordados en el informe se identificaron a través del análisis de materialidad de Grupo Televisa. Como resultado, se divulga información importante para responder a las expectativas e intereses razonables de las partes interesadas de la organización. Los aspectos clave se informan en detalle de acuerdo con los requisitos específicos de algunas partes interesadas, necesarios para su toma de decisiones y evaluaciones sobre el desempeño económico, ético, ambiental y social de Grupo Televisa.



ESTO ES TELEVISA

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 102-1, GRI 102-2, GRI 102-3, GRI 102-4, GRI 102-5, GRI 102-6, GRI 102-7, GRI 102-10) (SASB SV-ME-000.A, SASB SV-ME-000.B, SASB TC-TL-000.A, SASB TC-TL-000.B, SASB TC-TL-000.C, SASB TC-TL-000.D)



DIVISIONES

OPERADORES DE SISTEMAS MÚLTIPLES

("MSO" por sus siglas en inglés) la cual ofrece servicios de video, datos de alta velocidad y voz a clientes residenciales y comerciales, incluyendo pequeñas y medianas empresas.

EMPRESARIAL

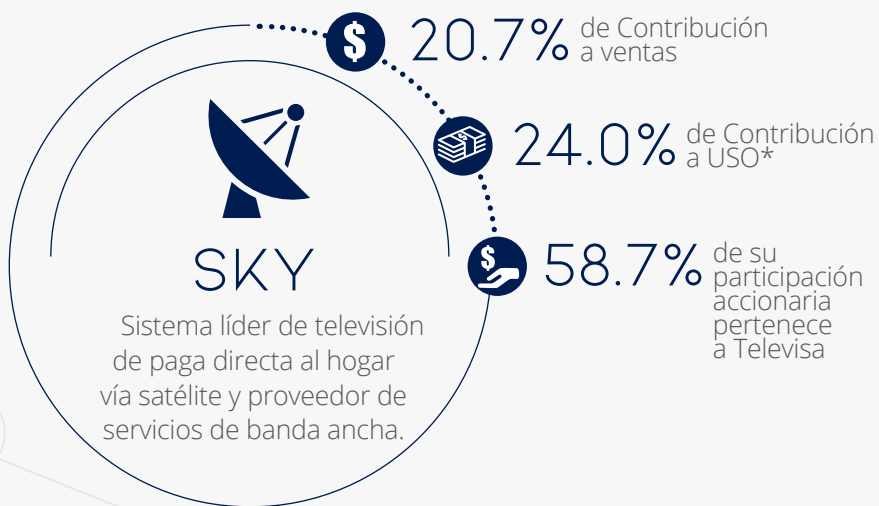
La cual provee servicios de telecomunicación, incluyendo servicios de voz y datos y servicios administrados, así como servicios en la nube y de integración a operadores nacionales e internacionales, así como a clientes empresariales, corporativos y gubernamentales en México y Estados Unidos.

La cobertura de los Operadores de sistemas múltiples le permite a Televisa aprovechar una extensa red de telecomunicaciones.

La división Empresarial ofrece servicios de telecomunicación a través de más de **43,000** kilómetros de fibra. Nuestra red cubre la mayoría de las ciudades y regiones económicas relevantes del país y se conecta con Estados Unidos, lo que nos permite ofrecer conectividad de alta capacidad entre Estados Unidos y México.

UNIDADES GENERADORAS DE INGRESOS

Video	4,384,247
Banda ancha	4,479,017
Voz	2,978,508
Total RGUs	11,841,772



7.6 MILLONES
suscriptores de video

92 MIL
suscriptores de banda ancha



PUBLICIDAD

Televisa opera cuatro canales de televisión abierta -2, 4, 5 y 9- en la ciudad de México y complementa su cobertura geográfica a través de estaciones afiliadas en todo el país. Adicionalmente, Televisa comercializa publicidad en sus canales de televisión de paga y plataformas de internet.

Contribución a ventas: 19.9%



VENTA DE CANALES

Televisa produce y distribuye 26 marcas de televisión de paga y 74 señales. En 2018 se produjeron más de 18,000 horas de contenido para los canales de televisión de paga.

Contribución a ventas: 4.5% +46 MILLION millones de suscriptores de televisión de paga.



VENTA DE PROGRAMAS Y LICENCIAS

Televisa exporta sus programas y formatos a televisoras alrededor del mundo. En Estados Unidos, Televisa distribuye su contenido a través de Univision bajo un Acuerdo de Licencia de Programación ("PLA" por sus siglas en inglés). Este año, el PLA generó a Televisa regalías por \$383.6 millones de dólares. En 2018 la tasa de regalías aumentó a 16.45%.

Contribución a ventas: 9.9%

+75
países alrededor del mundo.

OTROS NEGOCIOS

\$ 8.1% de Contribución a ventas

1.9% de Contribución a USO*

NEGOCIOS NO CONSOLIDADOS



JUEGOS Y SORTEOS

Casinos y negocios de lotería en línea.



DISTRIBUCIÓN DE LARGOMETRAJES

Distribución de películas en México y América Latina.



RADIO

Red de estaciones de radio propias, complementada por estaciones de radio afiliadas, propiedad de terceros.



SOCCER

Un equipo de fútbol de primera división de la liga mexicana y el Estadio Azteca de la Ciudad de México.



EDITORIAL

La editorial líder en la publicación de revistas en español.



DISTRIBUCIÓN DE PUBLICACIONES

Distribución de publicaciones en México y América Latina.



UNIVISION

Televisa tiene **10%** de interés económico directo en Univision, la empresa de medios de habla hispana líder en Estados Unidos, siendo la quinta cadena en ese país, independientemente del idioma. Una vez intercambiados los instrumentos con derechos de suscripción de acciones ("warrants") Televisa contará con aproximadamente el 36% del capital de Univision sobre una base de dilución y conversión total.



OCESA ENTRETENIMIENTO

Televisa posee 40% del capital de OCESA, una empresa de entretenimiento en vivo en México, Centroamérica y Colombia. Durante 2018 la empresa organizó **3,109** eventos en México y Colombia y la gira más exitosa del año fue la de Luis Miguel.

* La utilidad de los segmentos operativos (USO) se define como la utilidad de las operaciones antes de gastos corporativos, depreciación y aportación, y otros gastos, neto.

La conciliación entre la utilidad total de los segmentos operativos y la utilidad de operación consolidada se presenta en la Nota 25 de nuestros Estados financieros consolidados al cierre del año.

DATOS FINANCIEROS RELEVANTES

(GRI 201-1, GRI 201-3, GRI 201-4) (SASB SV-ME-270a.1, SASB SV-ME-270a.2, SASB SV-ME-000.A, SASB SV-ME-000.B, SASB TC-TL-220a.1, SASB TC-TL-220a.3, SASB TC-TL-520a.1)

En 2018, contribuimos con 5.2 billones de dólares en valor económico directo a la economía mexicana. Además, Televisa ha traído crecimiento económico e innovación al brindar oportunidades de empleo, invertir en programas de desarrollo organizacional e invertir en programas sociales.

EN MILLONES DE PESOS, EXCEPTO UTILIDAD POR CPO Y ACCIONES EN CIRCULACIÓN	2018	2017	VAR. %
VENTAS NETAS CONSOLIDADAS	101,282	94,274	8.2%
UTILIDAD DE LOS SEGMENTOS OPERATIVOS*	40,679	37,457	8.5%
MARGEN DE LOS SEGMENTOS OPERATIVOS	38.3%	38.4%	
UTILIDAD DE OPERACIÓN	20,253	4,524	42.2%
MARGEN	20.0%	15.1%	
UTILIDAD NETA MAYORITARIA	6,009	4,524	32.8%
UTILIDAD POR CPO	2.07	1.54	
ACCIONES EN CIRCULACIÓN AL CIERRE DEL AÑO (EN MILLONES)	338,329	342,337	
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO AL CIERRE DEL AÑO	32,068	38,735	-17.2%
INVERSIONES NO CIRCULANTES EN INSTRUMENTOS FINANCIEROS	14,448	7,585	90.5%
DEUDA TOTAL AL CIERRE DEL AÑO	121,972	122,300	-0.3%

Televisa ha traído crecimiento económico e innovación al brindar oportunidades de empleo, invertir en programas de desarrollo organizacional e invertir en programas sociales.

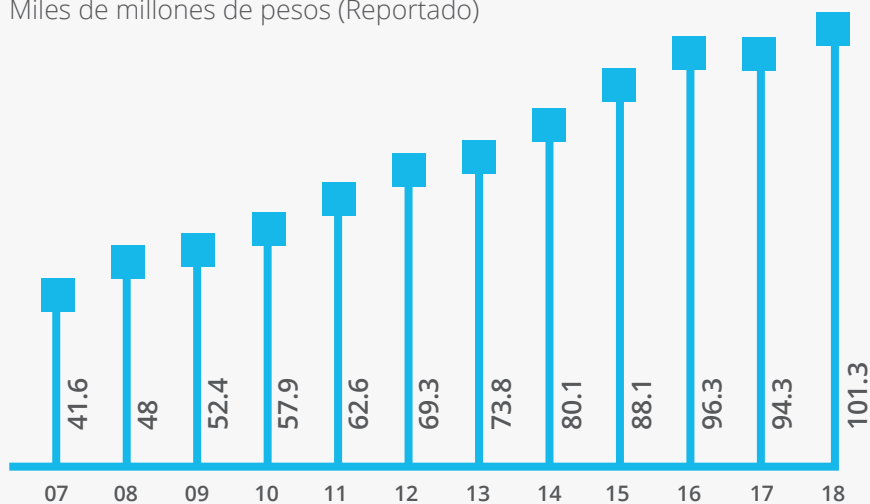
En 2018, la Compañía no tuvo pérdidas monetarias debido a procedimientos legales asociados con:

- Regulaciones sobre comportamiento anticompetitivo,
- Libelo o calumnia, y
- Privacidad del cliente.

*La utilidad de los segmentos operativos (USO) se define como la utilidad de operación antes de gastos corporativos, depreciación y amortización, y otros gastos, neto. La conciliación entre utilidad total de los segmentos operativos y utilidad de operación consolidada se presenta en la Nota 25 en nuestros estados financieros consolidados.

VENTAS NETAS CONSOLIDADAS

Miles de millones de pesos (Reportado)



UTILIDAD DE LOS SEGMENTOS OPERATIVOS

Miles de millones de pesos (Reportado)



TASA DE
CRECIMIENTO
COMPUESTO
ANUAL:
8.4%

TASA DE
CRECIMIENTO
COMPUESTO
ANUAL:
7.6%



ESTRATEGIA DE MARCA TELEVISA

(GRI 102-2, GRI 102-4, GRI 102-6, GRI 102-7, GRI 102-10, GRI 102-42, GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, G4-M6)

Invertimos de manera significativa en el desarrollo de nuestra marca. Estamos conscientes de que, a pesar de su naturaleza intangible, una marca fuerte, bien reconocida y posicionada, implica una diferencia sustancial en la rentabilidad de la Compañía.

La gestión de la marca es un elemento esencial para Grupo Televisa, que nos permite ser ampliamente reconocidos. Nuestra marca funciona como un mecanismo efectivo para comunicarnos con nuestros grupos de interés, a nivel local y global.

Consistencia, confianza y cercanía son los tres aspectos que nuestro público relaciona con Televisa y que han servido para generar las poderosas narrativas que nos han permitido crecer durante más de ocho décadas.

A nivel nacional y global, hemos estado presentes en los momentos más importantes, con personajes e historias entrañables que se entrelazan con la vida diaria de nuestro público. El contenido que generamos está enfocado en generar espacios para las familias y la sociedad.

Una marca fuerte le permite a una Compañía crecer de manera consistente, adaptándose a las dinámicas del mercado e impactar el valor de mercado de los productos y servicios que ofrece. Por tal motivo, nos importa profundamente la marca Televisa, así como las submarcas y marcas de agregadores (tales como “Las Estrellas”), los canales de televisión de paga, estaciones de radio, marcas editoriales y marcas de corto plazo (tales como nuestras telenovelas o marcas sociales). Todas ellas requieren un arduo trabajo de promoción, posicionamiento y estrategia.

La gestión de la marca Televisa está basada en nuestra Arquitectura de Marca. La gestión de marca está basada en estudios cualitativos y cuantitativos que miden el desempeño de los principales constructores de marca.

La Dirección de Planeación Estratégica de Imagen y Publicidad es responsable de la gestión de la marca de acuerdo con el Plan anual, que define metas del periodo. Al inicio del año, se establece un presupuesto para la gestión de nuestra marca a través de campañas, eventos y proyectos corporativos que fortalezcan su posicionamiento.



VALOR DE LA MARCA

(GRI 102-42, G4-M6, SASB SV-ME-260a.2)

Los valores de la marca Televisa son: líder mundial, pluralidad, diversidad y cercanía a la gente.

- **LÍDER MUNDIAL:** Televisa es una Compañía de medios líder en el mundo de habla hispana. Nuestros contenidos se exportan a más de 75 países y se traducen a más de 30 idiomas.
- **PLURALIDAD:** Por medio del amplio espectro de sus contenidos y el uso del idioma español, Televisa gestiona e integra la identidad tanto de los mexicanos, e hispanos.
- **DIVERSIDAD:** El contenido de Televisa refleja la enorme diversidad de los pueblos y culturas hispanas, sin importar su posición o lugar de origen.
- **CERCANÍA:** Televisa siempre ha mantenido proximidad de sus audiencias y clientes, lo cual nos permite conocer sus necesidades y saber cómo satisfacerlas.

SOSTENIBILIDAD EN NUESTRA MARCA

(GRI 102-42, G4-M6)

En Grupo Televisa nos comprometemos a reflejar la sostenibilidad de nuestra marca. Nuestra estrategia es fortalecerla a través del apoyo y divulgación de iniciativas enfocadas a incrementar el reconocimiento de la marca entre nuestros grupos de interés.

Como parte de nuestra estrategia de marca y compromiso con la sostenibilidad, Televisa se mantiene cerca de la comunidad hispana, reflejando la enorme diversidad que la caracteriza. Televisa es reconocida por sus valores (confiable, valiosa, incondicional y empática) y sus atributos como líder mundial, con una visión plural y diversa. Esto ha llevado a la Compañía a recibir importantes reconocimientos de evaluadores externos e independientes en temas sociales y ambientales.

EDUCACIÓN RESPECTO A LAS FORTALEZAS DE LA MARCA

Brindamos información a nuestros colaboradores y clientes acerca de nuestra marca, con el propósito de fortalecer su reconocimiento y fomentar nuestro posicionamiento, para reflejar nuestro compromiso con la sostenibilidad.



Nuestros contenidos se exportan a más de **75** países y se traducen a más de **30** idiomas.

Tabla 1. Iniciativas para incrementar el reconocimiento de la marca entre nuestros grupos de interés

GRUPO DE INTERÉS	PRINCIPAL MECANISMO O PLATAFORMA DE COMUNICACIÓN	ACCIONES CLAVE PARA RELACIONARNOS CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS
------------------	--	--

CLIENTES

Plataforma digital corporativa, donde brindamos información oficial y actualizada de Televisa, lo cual nos permite transmitir un mensaje coherente, transparente y relevante que nos ayude a generar una buena reputación y conocimiento de nuestra empresa. La plataforma digital corporativa está conformada por la página web televisa.com/corporativo y los diferentes perfiles en redes sociales como:
Facebook/Televisa
Twitter @Televisa
Instagram/Televisa

Mantenemos una relación personal con nuestros clientes. Pasamos de actuar en una dimensión meramente transaccional a convertirnos en socios, asesores y colegas. Lo hemos logrado a través de una comunicación permanente y constante, con base en diferentes iniciativas para promover cercanía.

CONSUMIDORES

Espacios físicos para la educación y el entretenimiento.

Estamos presentes en espacios de entretenimiento y educativos, diseñados especialmente para niños entre 7 y 12 años, su finalidad es ser espacios didácticos y de entretenimiento donde los niños puedan experimentar la marca Televisa de forma divertida.

A través de dinámicas basadas en la creatividad y el trabajo en equipo, estos espacios ofrecen una inmersión única en la marca, al tiempo que refuerzan competencias como la responsabilidad, respeto, compañerismo y desarrollan conciencia sobre el cuidado al medio ambiente.

Los objetivos de estas iniciativas son:

- Proveer espacios didácticos y de entretenimiento donde los visitantes puedan vivir la marca Televisa.
- Generar valor simbólico a la empresa, vinculándola con causas y socios estratégicos.
- Ser una sede representativa de Televisa en cada foro, operando con elevados estándares de calidad.
- Funcionar como un vínculo estratégico de promoción para los socios.

Televisa tiene presencia en los siguientes complejos infantiles: Kidzania Santa Fe, Kidzania Cuicuilco, Papalote Museo del Niño (museo interactivo) y Granja las Américas (zoológico).



GRUPO DE INTERÉS

PRINCIPAL MECANISMO O PLATAFORMA DE COMUNICACIÓN

ACCIONES CLAVE PARA RELACIONARNOS CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Campañas corporativas.

- Campañas de comunicación que transmiten un mensaje de la marca y celebran festividades importantes para nuestra audiencia, tales como el Día del padre, Día de la madre, Día del niño, entre otros.
- Presencia de marca en diferentes proyectos o eventos (p. ej. cine).
- Alianzas y patrocinios con festivales de cine:
 - Durante 2018 continuamos nuestras alianzas con festivales de cine y creatividad, como el Festival Internacional de Cine de Morelia, el Festival Internacional de Cine de Los Cabos, Pixelatl (festival donde convergen los creadores mexicanos y las industrias globales de animación, historietas y videojuegos), SmartFilms (festival de películas realizadas con celular) y este año hicimos la alianza con el primer Festival de Medio Ambiente EarthX México.
 - En estos eventos impulsamos la cobertura y divulgación del talento mexicano a través de diversas plataformas.

COLABORADORES

Comunicación interna (p. ej. Intranet) y capacitación.

Contamos con una plataforma de información corporativa (Intranet) donde integramos la información de la marca, la cultura corporativa y el propósito y los valores de la Compañía. En el momento en que un colaborador se integra a la empresa, recibe una capacitación a través de un curso de inducción, donde se abordan diferentes temas de la marca, entre ellos, su cuidado e importancia.



CAMPAÑAS CORPORATIVAS

En 2018, Televisa lanzó la campaña “Mujeres Estelares” en el marco del Día Internacional de la Mujer, con el objetivo de brindar un reconocimiento a las mujeres que son ejemplo e inspiración, y que con sus acciones cotidianas permiten el desarrollo y la transformación de su entorno y de nuestro país.

“Mujeres estelares” logró conjuntar el músculo corporativo de Televisa para alcanzar a la audiencia femenina a través de los diversos puntos de contacto con mensajes clave, programación y contenidos especiales en televisión abierta, televisión de paga, editorial, cine y digital. Dicha campaña estuvo en pauta también para la conmemoración del Día de las madres.

Asimismo, a final de año, lanzamos la campaña “Mi propósito eres tú” que más de una campaña de fin de año fue una campaña donde la empresa mostró los contenidos y personajes que tendrá a lo largo del 2019, y que será el eje de la comunicación de Televisa para sus consumidores



Porque la vida **SIN RISAS** sería un mal chiste, Televisa trae para ti la **segunda** etapa de la campaña

#MiPropósitoEresTú.

¿AÚN NO LA CONOCES, entra a **sestrellas.tv** diviértete con tus diantes favoritos.

Cada mujer tiene una historia que nos inspira

comparte tu historia #MujeresEstelares

mujerestelares

Televisa

APOYO PUBLICITARIO

Televisa apoya la promoción de campañas y eventos de organizaciones sin fines de lucro, tales como Teletón, Consejo de la Comunicación, Éntrole y Fundación Kardias, entre otros.



Consejo de la Comunicación
Voz de las Empresas



RECONOCIMIENTOS DE LA MARCA

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, G4-M2, G4-M3, G4-M4, G4-M5, G4-M5, G4-M6)

Somos ampliamente reconocidos por nuestros atributos como marca global, plural, diversa y cercana a la gente. De acuerdo con el posicionamiento presentado por WPP y Kantar Millward Brown 2018, Televisa tiene la posición 5 del ranking BrandZ Top 30 de las marcas más valiosas de México; y el lugar 13 en BrandZ Top 50 de las marcas más valiosas de América Latina².



"50 DE LAS MARCAS MÁS VALIOSAS DE AMÉRICA LATINA"

²Fuente: <http://www.millwardbrown.com/brandz/rankings-and-reports/top-latin-american-brands>



RESPONSABILIDAD DE CONTENIDO

(GRI 103-1, GRI, 103-2, GRI 103-3, G4-M2, G4-M3, G4-M4, G4-M5, SASB SV-ME-260a.2)

La creación y distribución de contenidos es una línea de negocios ampliamente reconocida de Grupo Televisa. Sabemos que nuestro público es heterogéneo y, en consecuencia, que nuestro contenido debe tomar en consideración sus diferentes necesidades y expectativas. Sabemos que, para continuar siendo un negocio sostenible, es esencial que sigamos siendo responsables.

Grupo Televisa crea contenido con un enfoque de responsabilidad social, al incluir temas sobre diversidad cultural, empoderamiento de la mujer, igualdad de género y discriminación por edad, discapacidad u orientación sexual, entre otros. Éstos y otros temas de responsabilidad social han sido una parte importante de los talleres de innovación implementados por la División de producción. Además, la programación incluye una notificación sobre la clasificación del contenido y algunos de nuestros canales cuentan con subtítulos para personas con discapacidad auditiva.

La gestión de responsabilidad de los contenidos se basa en diversos procesos que nos permiten identificar las necesidades del público y las tendencias del mercado, establecer las pautas para el desarrollo de proyectos de contenido, evaluar la viabilidad de los proyectos adquiridos a terceros, desarrollar narrativas literarias, analizar los activos literarios y desarrollar, evaluar y mejorar las pruebas piloto.

RESPONSABILIDAD DEL CONTENIDO EN EDITORIAL TELEVISA

Editorial Televisa toma muy en serio su responsabilidad en el papel que tiene como productor de contenidos y como objetivo primordial tiene el de comunicar valores que son importantes, tanto para la empresa como para la sociedad. Esos valores se ven reflejados en nuestro Código de Ética, el cual debe ser respetado por todos los miembros de la Compañía e incluye, entre otros temas, respeto al público, a sus prácticas religiosas, a la diversidad sexual; e instruye a evitar cualquier discriminación por motivos de etnicidad, condición social, económica, de educación o actividad profesional.

Además de lo anterior, en Editorial Televisa respetamos la libertad de expresión y sabemos que esta libertad puede ser objeto de abuso si no se supervisa adecuadamente. Por lo que existen filtros para revisar la información y verificar que no se publiquen textos sesgados o que representen intereses particulares que contravengan la filosofía de la Compañía o valores familiares y sociales anteriormente referidos.

Toda la información que proviene de fuentes externas pasa por un proceso de revisión para que pueda aparecer en publicaciones de Editorial Televisa, con el objetivo de evitar noticias falsas o información que pudieran engañar o confundir a nuestro público.

Nuestros editores y colaboradores reciben constantes recordatorias acerca de la responsabilidad social de su compromiso profesional, entendiendo que siempre deben tener en cuenta a nuestros lectores, quienes confían en la información que publicamos. Buscamos construir lealtad y esto se logra manteniendo altos estándares de calidad en los contenidos y respetando los perfiles de cada publicación y su público objetivo.

Para asegurar la pluralidad, en nuestras publicaciones siempre hay espacio para mostrar diferentes puntos de vista sobre temas simples o controvertidos.

Sabemos que nuestras publicaciones tienen una tasa de penetración significativa en diferentes estratos sociales, ya que nuestros contenidos llegan a todos los hogares



mexicanos además de otras regiones y países, como Centroamérica, Colombia y Argentina, entre otros. Por lo que desarrollamos contenidos adecuados para todos los públicos. Hay títulos dirigidos específicamente a audiencias adultas; en esos casos, elaboramos nuestros productos basados en un principio de decencia, teniendo en cuenta que nuestras publicaciones se exhiben para su venta en lugares donde puede haber niños presentes.

Otro aspecto importante por destacar es la protección que brindamos a los niños. Sabemos lo delicado que puede ser presentar el rostro de un niño y el peligro al que se le puede exponer al darlo a conocer como hijo o familiar de alguna celebridad que aparezca en alguno de nuestros títulos con motivo de alguna nota o entrevista relacionada con su actividad, por lo que, a menos que la nota sea dedicada a presentar a los miembros de una familia solicitamos previa autorización por escrito de los padres o tutores, para buscar proteger a los niños.

En Editorial Televisa, entendemos el compromiso que tenemos con la sociedad y especialmente con nuestros consumidores, por lo que estas premisas se extienden a nuestros anunciantes, quienes entienden y asumen la misma responsabilidad al anunciarse en nuestros títulos.

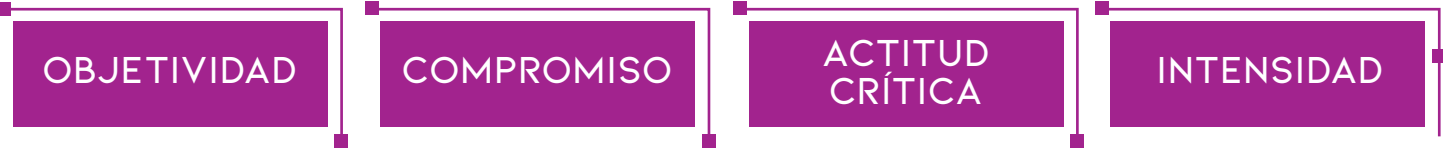


RESPONSABILIDAD DEL CONTENIDO EN TELEVISA DEPORTES

Televisa Deportes se rige por una política que afirma los valores que deben ser respetados por cada miembro del equipo y verse reflejada en todos los programas, noticias y notas publicadas.

Los valores que definen la comunicación entre Televisa Deportes y la audiencia son:

Figura 1. Valores de Televisa Deportes



El pilar de la filosofía de trabajo de Televisa Deportes es la independencia editorial, que consiste en brindar la oportunidad a los presentadores, críticos, periodistas y cualquier persona que esté en contacto con el público, a expresar su opinión sin censura, siempre que sus declaraciones se rijan por los siguientes valores:

Figura 2. Valores para la independencia de editorial



La opinión de los presentadores debe surgir de una convicción personal y expresarse libremente, sin influencias externas, y debe respetar a las personas, ideologías e instituciones. Cualquier opinión debe estar basada en un conocimiento sólido sobre el tema y estructurarse de acuerdo con los lineamientos generales de la Compañía.



MARKETING SOCIALMENTE RESPONSABLE

(GRI 103-1, GRI, 103-2, GRI 103-3, G4-M2, G4-M3, G4-M4, G4-M5)

El área de gestión comercial de Televisa está comprometida en la alineación de la estrategia de sostenibilidad de la Empresa, y es consciente del impacto que tienen sus acciones diarias en la construcción de mejores prácticas sostenibles. De esta manera, todas sus estrategias y sistemas relacionales -con clientes, proveedores y empleados- están regidos por nuestro Código de Ética y un marco autorregulatorio, alineado a los principios legales de la industria publicitaria.



TRANSPARENCIA

En el ámbito de la comunicación e información, sabemos que toda relación fuerte y duradera tiene un componente muy importante de prácticas honestas que siembren confianza en ambas partes. Estamos comprometidos en la construcción de cada vez mejores relaciones con nuestros clientes, basados en la transparencia de nuestras estrategias y acciones. Esto se refleja en el acceso público al modelo comercial y sus políticas, así como de la revisión, actualización y publicación de las tarifas, conforme el mercado lo va exigiendo. Dicha información está publicada [aquí](#).

VALORES Y LEGALIDAD

Existen diversos códigos regulatorios que son el marco de nuestras políticas, que protegen la integridad de nuestras audiencias, cuidando que los contenidos publicitarios sean honestos, veraces y respetuosos de las audiencias. Para ello, verificamos los materiales a priori para que cumplan con objetivos de control de calidad que marca la empresa. Un segundo punto es el apego a los Lineamientos de Clasificación de Contenidos Audiovisuales que marca la Secretaría de Gobernación, en la programación de la pauta comercial, que proteja a nuestras audiencias infantiles de contenidos no

aptos para su edad; también estamos regidos por los Lineamientos en materia de Publicidad que emite la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS). En ambos puntos ha sido de vital importancia la difusión oportuna a nuestros clientes sobre las modificaciones y nuevos incisos que puedan surgir de ambas instituciones regulatorias.

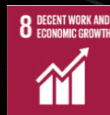
De igual manera, estamos conscientes de la importancia de ser partícipes activos en la industria publicitaria, así como en el diseño de los marcos éticos de competencia sana y legal. En este contexto, es que nos sumamos a organizaciones autorregulatorias como la Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR), Movimiento por una Vida Saludable (MOVISA), Asociación Nacional de la Publicidad (ANP), y El Consejo de la Comunicación, entre otras.

Tenemos la intención y la obligación de continuar insertando en nuestras políticas y procesos, acciones a favor de la mejora de prácticas de sostenibilidad. El año 2019 lo estamos construyendo bajo estos mismos ejes, sumando además, un eje de cultura corporativa que permeé valores en todos los niveles de nuestra organización comercial, en la relación con nuestros clientes y proveedores y en la transparencia de cada una de nuestras acciones.



ESTRATEGIA DE NEGOCIOS DE GRUPO TELEVISIA

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 102-2, GRI 102-4, GRI 102-6, GRI 102-7, GRI 102-10)



La Compañía pretende aprovechar su posición como una empresa de medios de comunicación y de telecomunicaciones líder en el mundo de habla hispana para continuar con la expansión de su negocio, manteniendo una disciplina financiera y rentabilidad. La Compañía pretende llevar a cabo lo anterior mientras mantiene su liderazgo en el negocio de la televisión en México a través de la producción de programación de alta calidad y expandiendo sus negocios de cable y DTH.

Durante 2019, la competencia seguirá siendo intensa en cada uno de nuestros varios negocios, por lo que nos mantendremos enfocados en la ejecución, creciendo nuestro negocio de cable, expandiendo las fuentes de ingresos en Sky, enriqueciendo nuestro contenido con formatos e historias más innovadoras, fortaleciendo nuestra colaboración con Univisión y, finalmente, manteniendo una disciplina financiera absoluta.





ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD DE GRUPO TELEVISA

(GRI 102-19, GRI 102-20, GRI 102-21, GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, 102-12, 102-13, GRI 102-30, GRI 102-31, GRI 102-32, GRI 102-33, GRI 102-34, GRI 203-1, GRI 203-2, G4-M6, G4-M7)



Estamos profundamente comprometidos con el desarrollo de estrategias para mejorar nuestro desempeño e implementar acciones efectivas que beneficien al medio ambiente y la sociedad. Nuestros logros son el resultado de una revisión continua y fortalecimiento de nuestras políticas internas, procesos y sistemas de gestión, mediante los cuales buscamos mejorar nuestro desempeño corporativo. Los indicadores clave de desempeño (KPIs) se desarrollan continuamente, se administran y monitorean en las esferas ambiental, social y de gobierno corporativo. Como empresa de medios líder en la producción de contenido audiovisual en español, un importante operador de Cable en México y un sistema líder de televisión de paga vía satélite en México, comprometida con reducir el impacto negativo de nuestras operaciones y proteger el medioambiente, demostramos que la sostenibilidad es un componente esencial de nuestras operaciones.

Refrendamos este compromiso al adherirnos a estándares y certificaciones nacionales e internacionales, a través de los cuales alineamos nuestro desempeño con la agenda global, enfocándonos en los siguientes aspectos:

- i) protección y gestión de los recursos naturales;
- ii) mitigación de riesgos del cambio climático;
- iii) gestión responsable del agua;
- iv) respeto a los derechos humanos;
- v) dotación de condiciones de salud y seguridad;
- vi) respeto a los derechos humanos;
- vii) desarrollo de condiciones laborales favorables;
- viii) apoyo a las comunidades;
- ix) atención a las necesidades de los clientes;
- x) colaboración con nuestra cadena de suministro; y
- xi) promoción del desempeño ético, entre otras acciones diseñadas para fortalecer nuestra posición corporativa e impulsar el desarrollo sostenible de la Compañía y sus grupos de interés.

INNOVANDO ACCIONES EFECTIVAS QUE BENEFICIEN AL MEDIO AMBIENTE Y LA SOCIEDAD

GRUPOS DE INTERÉS DE GRUPO TELEVISA

(GRI 102-13, GRI 102-40, GRI 102-42, GRI 102-44)

Nuestros grupos de interés están presentes a lo largo de todo el proceso de toma de decisión de la Compañía, debido al impacto, directo o indirecto, que tienen en nuestras operaciones, ya que sabemos que podemos influir en sus acciones y decisiones.

Dado que la sostenibilidad es un aspecto importante en sus evaluaciones y análisis, así como en la satisfacción de sus necesidades, hemos establecido diversos mecanismos para identificar y responder a sus requerimientos, intereses y preocupaciones. Sabemos que es esencial tener una comunicación transparente y una relación cercana con nuestros grupos de interés para continuar en el camino del éxito y la sostenibilidad.

Tabla 2. Clasificación de los grupos de interés de Grupo Televisa

GRUPOS DE INTERÉS	COMPROMISOS	INDICADORES	CANALES DE COMUNICACIÓN
COLABORADORES	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar y evaluar el desarrollo de talento a través de programas de capacitación, seguridad y promoción. • Apoyar programas y beneficios para los colaboradores y sus familias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Rotación de personal. • Entorno organizacional. • Evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Código de Ética. • Políticas internas. • Canales de comunicación interna. • Buzón de quejas y sugerencias.
ACCIONISTAS	<ul style="list-style-type: none"> • Rentabilidad y transparencia de las acciones y resultados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados financieros. • Métricas operacionales. • Información publicada en nuestra página web corporativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reporte anual. • Forma 20-F. • Reportes trimestrales. • Boletines de prensa. • Página web corporativa.
PROVEEDORES	<ul style="list-style-type: none"> • Promover el buen desempeño de nuestros proveedores. • Administración y cumplimiento de acuerdos de servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas de contratación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Correo electrónico, página web corporativa, Departamento de compras.

GRUPOS DE INTERÉS	COMPROMISOS	INDICADORES	CANALES DE COMUNICACIÓN
ALIANZAS ESTRATÉGICAS Y SOCIOS COMERCIALES	<ul style="list-style-type: none"> • Generación y desarrollo de proyectos en todas las plataformas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados de alianzas estratégicas. • Alianzas comerciales en las diferentes líneas de negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Página web corporativa. • Boletines de prensa. • Publicaciones de la industria.
CLIENTES/ COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> • Propuestas comerciales atractivas en todas las plataformas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lineamientos en espacios publicitarios disponibles y adaptables para cada tipo de producto. • Encuestas de servicio. • Prospección de clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Planes comerciales. • Página web corporativa. • Eventos.
GOBIERNO	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento con los estándares de calidad y la normatividad correspondiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Regulación ambiental. • Protección civil. • Certificaciones. • Cumplimiento con la Ley del Mercado de Valores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Página web corporativa. • Boletines de prensa.
AUDIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer a la audiencia contenido e información de calidad en todas las plataformas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contenidos a través de todas las plataformas de medios y página web corporativa. • Eventos • Venta de productos. • Convocatorias.
SOCIEDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer la cercanía y contribuir con la sociedad, mediante acciones que busquen una mejora en el entorno en el que vivimos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acciones de responsabilidad social e impactos en las comunidades. • Recursos Humanos. • Valor e inversión social de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas sociales. • Página web corporativa. • Programas educacionales, culturales y de emprendimiento de Fundación Televisa.
ACADEMIA	<ul style="list-style-type: none"> • Proyectos. • Compartir conocimiento e información. • Capacitación • Prácticas profesionales y servicio social. • Becas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión y resultados de proyectos. • Participación en eventos. • Convocatorias estudiantiles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de redes. • Página web corporativa. • Programa de becarios o pasantes.

Clasificamos a nuestros grupos de interés en seis grupos, a los cuales nos referimos como pilares fundamentales.

Figura 3. Pilares fundamentales, nuestros grupos de interés



Para Grupo Televisa, es esencial vincularse con instituciones y asociaciones, a quienes consideramos un grupo de interés clave, promoviendo temas educativos, de bienestar y de salud. Estas organizaciones comprenden a asociaciones sin fines de lucro, instituciones financieras y empresas, entre otras.

Favor de referirse al Informe Anual 2018 de Fundación Televisa <https://informe.fundaciontelevisa.org/informe2018/> para información adicional sobre los grupos de interés clasificados como organizaciones e instituciones y las iniciativas que hemos desarrollado con cada una de ellas.

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD DE GRUPO TELEVISIA

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 102-46, GRI 102-47, SASB TC-TL-520a.3)

Nuestro objetivo permanente es mejorar nuestro desempeño económico, ambiental, social y de gobierno corporativo, siempre excediendo las expectativas y requerimientos de nuestros grupos de interés, a nivel nacional e internacional.

Para operar de manera efectiva y profesional, necesitamos estar conscientes de los riesgos políticos, geográficos, sociales y medioambientales que pueden afectar nuestras metas corporativas y que representan un aspecto sustancial en la evaluación y objetivos de nuestros grupos de interés.

En consecuencia, además de la evaluación de riesgos que realizamos, sabemos que es necesario llevar a cabo un análisis aún más profundo para identificar los temas relevantes a los cuales debemos asignar recursos para sobresalir en una dinámica global y un entorno competitivo.

Por lo tanto, en 2018, desarrollamos nuestro segundo³ análisis de materialidad, el cual nos permite identificar los desafíos y oportunidades en nuestras industrias, así como los temas centrales para nuestros consumidores, clientes y grupos de interés.

Este análisis nos permite entender el impacto sobre aspectos relacionados con la estrategia comercial, identificar las expectativas y necesidades de los interesados y enfocar la estrategia de responsabilidad. El análisis de materialidad combina el punto de vista interno de las diferentes empresas con el punto de vista externo de los grupos de interés, aplicando los Principios del *Global Reporting Initiative* (GRI) - GRI 101 Standard: Foundation.

Además, nuestro análisis de materialidad incorpora los estándares del SASB Materiality Map, la cual es una herramienta interactiva que identifica y compara los temas de divulgación en diferentes industrias y sectores. Al usar SASB Materiality Map, enfocamos las estrategias de sostenibilidad en los temas más importantes para las industrias de medios y entretenimiento, y servicios de telecomunicación.

METODOLOGÍA

El análisis realizado para el Informe de sostenibilidad de 2018 se basa en una metodología centrada en la identificación y el análisis de los temas importantes para nuestros grupos de interés y para la Compañía. En este caso, consideramos los siguientes elementos relevantes, entre otros:

1. IDENTIFICACIÓN Revisión y actualización de los aspectos identificados en el análisis de materialidad de 2014, para examinar en profundidad los aspectos más

³El primer análisis de materialidad de Grupo Televisa se realizó en 2014.

relevantes y ampliar el alcance para incluir aquellos aspectos que han surgido recientemente.

2. PRIORIZACIÓN de estos aspectos a partir de un doble análisis:

A. ANÁLISIS EXTERNO:

i. Criterios y aspectos evaluados mediante:

1. Metodologías de Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI), FTSE4GOOD y otras empresas calificadoras de sustentabilidad.

2. Indicadores de los estándares GRI,

3. Indicadores estándares SASB,

4. 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible ONU,

5. Metodología AA 1000 (AccountAbility 1000 en sus tres series:

a. AA1000AS (2008): Garantía de los compromisos con los temas de sostenibilidad focales de la organización.

b. AA1000SES (2015): estándar de excelencia para la aplicación del compromiso de grupos de interés para determinar la materialidad; Evaluación, diseño, implementación y comunicación de un enfoque integral de grupos de interés.

c. AA1000AP (2018): identificación, priorización y respuestas a los desafíos de la sostenibilidad para mejorar el desempeño de la corporación a largo plazo.

6. ISO 26000, metodología de participación de grupos de interés y factores fundamentales.

ii. Expectativas de las partes interesadas en términos de criterios sociales, ambientales y de gobierno corporativo.

iii. Análisis de aspectos relevantes para los grupos de interés identificados en la prensa y en las redes sociales.

iv. Consulta con:

1. Organismos nacionales e internacionales,

2. Instituciones del sector,

3. Líderes de opinión del sector,

4. Empresas relevantes del sector,

5. Reguladores / líderes sociales, y

6. Organizaciones no gubernamentales (ONG).

B. ANÁLISIS INTERNO⁴:

i. Consulta a través de cuestionarios, y entrevistas con:

1. Empleados,

2. Ejecutivos, y

3. Alta dirección.

También se realizó una comparación entre Grupo Televisa y sus pares de la industria. Para este propósito, y para obtener información valiosa para el análisis de materialidad, se realizaron entrevistas con ejecutivos clave y empleados de la organización, y el análisis de pares se basó en información interna, comunicaciones externas y otras fuentes de información obtenidas de las comunicaciones de los principales sectores en los que opera Grupo Televisa, tales como (a) Contenido, (b) Telecomunicaciones, (c) Publicaciones y (d) Otros relacionados.

Como resultado, identificamos las áreas principales en las que la Compañía puede superar el desempeño y, luego, consultamos con la alta gerencia con respecto a la priorización de los temas.

3. VALIDACIÓN Revisión, validación y evaluación de los resultados.

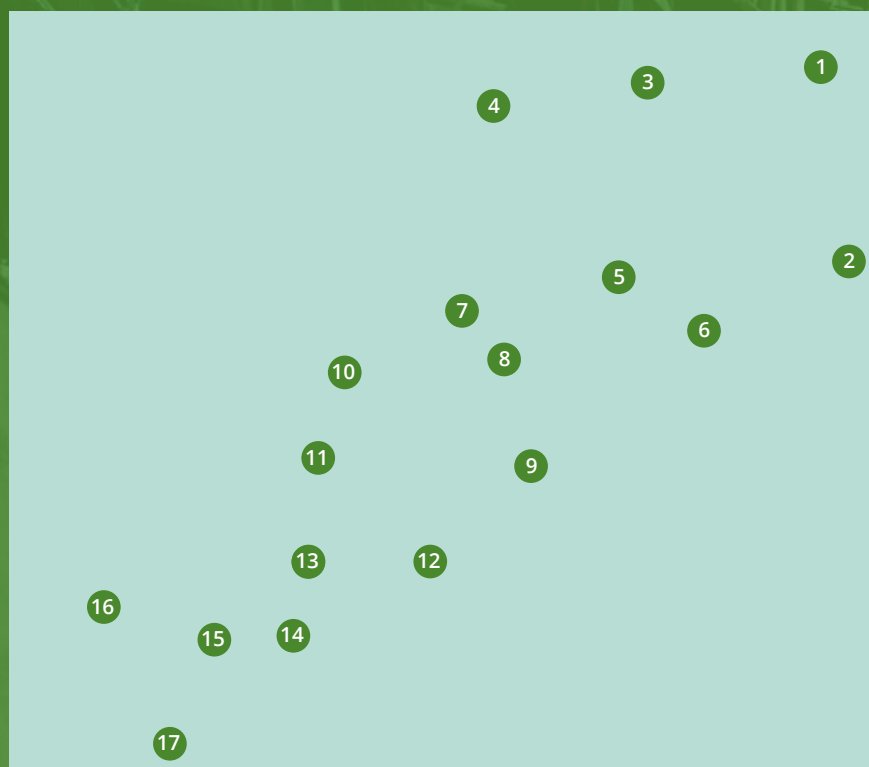
Presentamos la matriz de materialidad que muestra el resultado de la identificación, priorización y validación de los aspectos materiales de nuestros grupos de interés. A lo largo del informe, se abordan todos los temas; en algunos casos, el alcance de cada uno puede considerar entidades específicas, que se establecen en cada caso.



⁴ Incluye Televisa e IZZI

Figura 4. Análisis de materialidad Grupo Televisa

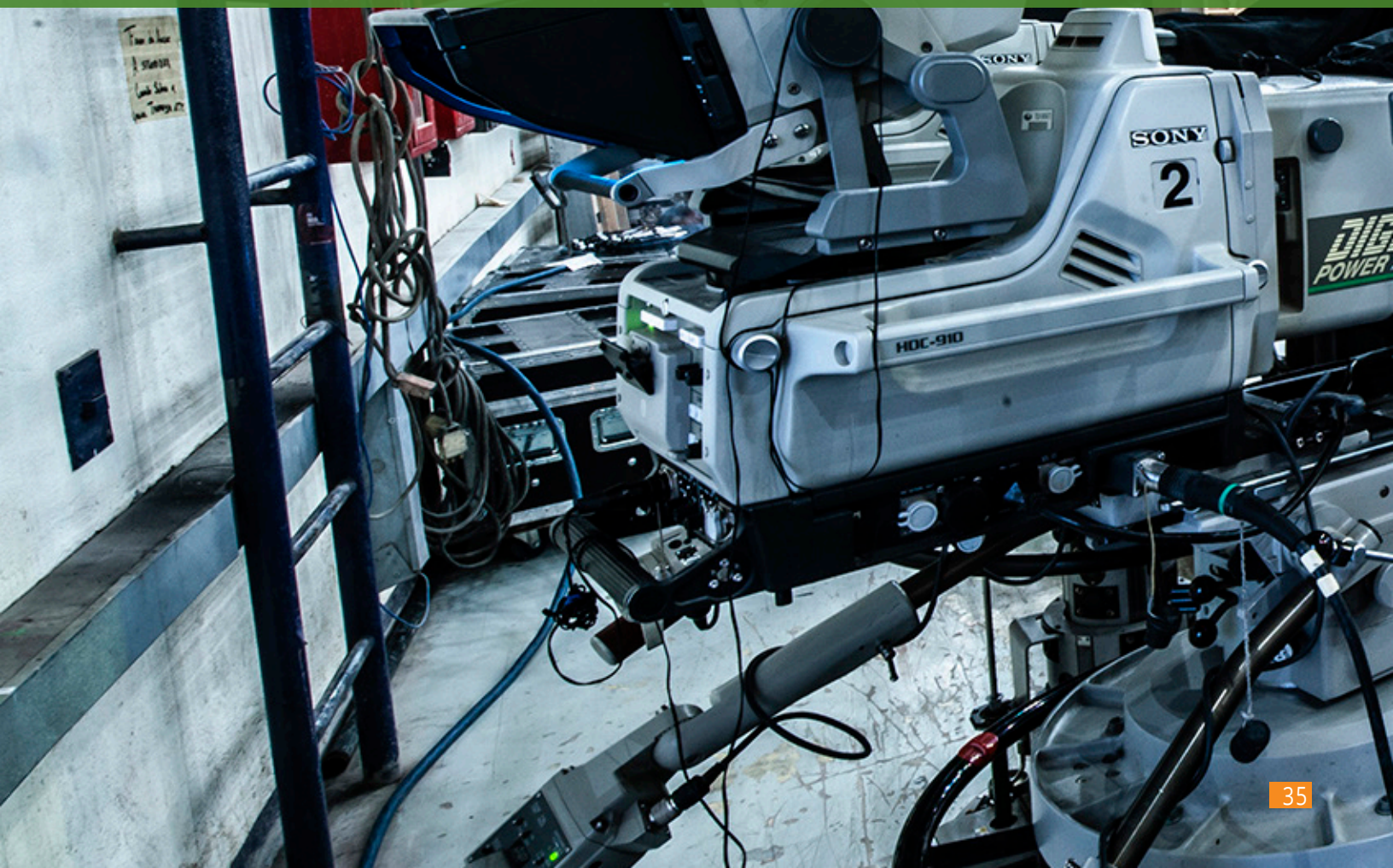
-IMPACTO PARA LOS GRUPOS DE INTERÉS +



TEMAS MATERIALES

1. Anticorrupción y transparencia
2. Gestión sostenible de la cadena de suministro
3. Seguridad de datos e información
4. Privacidad del cliente y de los datos
5. Gobierno corporativo
6. Inclusión, diversidad y evaluación de empleados
7. Libertad de expresión y libertad de asociación
8. Gestión de la energía
9. Derechos humanos no trabajos forzados, y no trabajo infantil
10. Prácticas laborales, salud y seguridad en el trabajo
11. Gestión de riesgos
12. Gestión de marca
13. Gestión ambiental y cambio climático
14. Impactos sociales en las comunidades
15. Biodiversidad
16. Mecanismos de comunicación
17. Relaciones con los grupos de interés

- IMPACTO PARA LA COMPAÑÍA +



PROCESO DE CONSULTA CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

(GRI 102-42, GRI 102-43)

El éxito de Grupo Televisa depende sustancialmente de nuestro compromiso y comunicación con nuestros grupos de interés. Por tal motivo, continuamos enfocándonos en el desarrollo sostenible como parte esencial de nuestra oferta y estrategia de negocios, con el propósito de cubrir las expectativas de nuestros grupos de interés y crear un valor agregado a la Compañía.

Nuestra estrategia de negocios busca generar acciones que permitan una integración y desarrollo completo, así como una participación efectiva con nuestros grupos de interés. La siguiente tabla muestra el proceso de consulta con nuestros grupos de interés.

Tabla 3. Proceso de consulta con nuestros grupos de interés

GRUPO DE INTERÉS	PROCESO DE CONSULTA
COLABORADORES	Código de Ética, políticas internas, medios de comunicación interna, buzón de quejas y sugerencias.
ACCIONISTAS/ INVERSIONISTAS	Reporte anual, Forma 20-F, reportes trimestrales, boletines de prensa, página web corporativa.
PROVEEDORES	Correo electrónico, página web corporativa, Departamento de compras.
ALIANZAS ESTRATÉGICAS	Página web corporativa, boletines de prensa, publicaciones del sector.
CLIENTES	Planes comerciales, página web corporativa, eventos.
GOBIERNO	Página web corporativa, boletines de prensa.
AUDIENCIA	Contenidos a través de todas las plataformas de medios (TV y digital), eventos y promoción de productos.
SOCIEDAD	Programas de vinculación, página web corporativa y oportunidades laborales.
ACADEMIA	Programas de vinculación, eventos, página web corporativa y oportunidades laborales.





ÉTICA Y CUMPLIMIENTO

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-2, GRI 102-16, GRI 102-17, GRI 205-1, GRI 205-2, GRI 205-3, GRI 206-1, GRI 410-1, GRI 412-2, GRI 419-1, SASB TC-TL-230a.1)

La mejora continua de Grupo Televisa depende de su compromiso para proteger y fortalecer su imagen y reputación. Esto solo es posible apegándonos a los más altos estándares de integridad personal y profesional. Por lo tanto, nuestro Código de Ética proporciona principios fundamentales de conducta para todos los que forman parte de Grupo Televisa, con el propósito de atender cuatro temas esenciales: corrupción y conflicto de interés, discriminación, confidencialidad de la información y prácticas antimonopólicas. El Comité de Auditoría, a través de la Vicepresidencia de Auditoría Interna, ha supervisado el Código de Ética, actualizado en 2012. El Comité de Auditoría actualmente está compuesto por cuatro miembros independientes.

En conformidad con el Código de Ética, específicas reglas del sistema integrado de control interno son establecidas y comunicadas a través de políticas y procesos.

El propósito del Código de Ética es formalizar nuestro compromiso de desempeñarnos en los niveles éticos más elevados. Los consejeros, funcionarios y colaboradores de todas nuestras divisiones y subsidiarias deben mantener los más altos niveles de honestidad e integridad durante la ejecución de sus responsabilidades. Así como en cualquier acción que realicen en nombre de Televisa. El Código de Ética especifica nuestra aspiración corporativa, nuestra misión y nuestros valores; Como resultado, a través de las actividades que realizamos, la buena voluntad ética es un valor intrínseco y agregado que nos otorga ventajas competitivas.

Figura 5. Aspectos relevantes del Código de ética

ANTICORRUPCIÓN Y CONFLICTO DE INTERÉS

Nos comprometemos a prevenir la corrupción y los conflictos de intereses mediante la implementación de programas y la imposición de sanciones. Los empleados y ejecutivos deben cumplir completamente con las políticas internas relativas para prevenir la corrupción y cumplir con el Código de Ética.

NO DISCRIMINACIÓN

En el Código de Ética se reconoce que todas las personas merecen el mismo trato, sin importar su género, estado civil, edad, religión, raza, clase social y económica, nacionalidad, preferencia política, discapacidad y convicciones personales, entre otras. Ningún colaborador o ejecutivo relevante puede llevar a cabo prácticas discriminatorias de ningún tipo.

CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN

La información de negocios, proyectos y operaciones se manejan con la requerida reserva y confidencialidad y con base en una conducta ética.

PRÁCTICAS ANTIMONOPÓLICAS

Las prácticas antimonopolio deben ser informadas a la Vicepresidencia Legal, con el propósito de proteger, promover y preservar una competencia libre, justa, honesta y vigorosa.

El Código de Ética define diez valores fundamentales que nos ayudan a cumplir con nuestra misión y visión corporativa, al tiempo que continuamos cumpliendo las expectativas de nuestros grupos de interés respecto a nuestra conducta ética.

Figura 6. Valores de Grupo Televisa



El Código de Ética contiene los principios fundamentales de la conducta ética a la que deben adherirse todos aquellos que forman parte de Grupo Televisa. Dicha adhesión consiste en una declaración de lealtad institucional que ayuda a mantener la imagen y desempeño de la Compañía y demostrar sólidos valores de integridad hacia nuestros clientes, accionistas, proveedores, colaboradores y la comunidad.

En Grupo Televisa, la viabilidad y el éxito de nuestra labor dependen, en gran medida, de nuestra credibilidad con clientes, inversionistas y el público general. Dicha credibilidad se sustenta en nuestro compromiso con cuatro principios que rigen nuestro comportamiento.

Figura 7. Principios de conducta



Al momento de ser contratados, nuestros colaboradores firman una carta de adhesión al Código de Ética, asumiendo de esta manera el compromiso de respetarlo y cumplirlo. Adicionalmente, ciertos altos ejecutivos refrendan su compromiso cada dos años a través una carta de adherencia que envían al Departamento de cumplimiento. La omisión de esta obligación por parte de estos ejecutivos, se considerará como un rechazo a las disposiciones del Código de Ética y puede resultar en acciones disciplinarias o la finalización justificada de su relación laboral con la Compañía.

PRÁCTICAS ANTICORRUPCIÓN Y PARTES RELACIONADAS

(GRI 205-1, GRI 205-2, GRI 205-3)

En Grupo Televisa reconocemos la importancia de mitigar los riesgos de corrupción y soborno. Contamos con un marco sólido para reducir sistemáticamente los riesgos de corrupción y crear valor para nuestros grupos de interés con base en políticas, manuales, controles internos y programas de capacitación.

EVALUACIÓN DE RIESGOS NO FINANCIEROS

Los riesgos más significativos identificados son: i) fraude; ii) conflictos de interés; iii) soborno y; iv) cohecho y coerción. Durante el año 2018, no se observaron cambios con respecto a la naturaleza y magnitud de los riesgos relacionados con ejercicios anteriores. Además, se llevaron a cabo las siguientes actividades encaminadas a fortalecer la gestión de riesgos: actualizar el programa y políticas antifraude, como i) declaración de personas relacionadas, ii) adherencia al Código de Ética Institucional, iii) reclutamiento de personal y, iv) la recepción de regalos.

Figura 8. Algunos riesgos no financieros significativos⁵



⁵Los riesgos no financieros significativos están incluidos en nuestro Código de ética, el cual está disponible en <http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/documents/codes-and-bylaws/codes-and-bylaws.pdf>.

POLÍTICA ANTICORRUPCIÓN

Nuestra Política anticorrupción tiene como objetivo reducir los riesgos no financieros, y está dirigida a empleados, agentes y directores de la Compañía y busca reducir los riesgos mencionados anteriormente, prohibiendo expresamente el soborno a servidores públicos y socios comerciales, así como la corrupción y el soborno en cualquier forma y establece que cualquier acto de corrupción debe reportarse a través del Sistema de denuncias. La Política anticorrupción está disponible en el sistema de intranet para consulta de los empleados en cualquier momento y sus contenidos se comunican a través de varios canales; tales como correos electrónicos, tableros en áreas públicas y fondos de pantalla de los equipos de cómputo.

Así mismo, nuestro Manual anticorrupción busca asegurar la correcta implementación de la Política anticorrupción por parte de empleados, agentes y terceros.

Cualquier acto de corrupción es considerado ilegal, incluyendo sobornos a funcionarios. El Manual anticorrupción establece claramente que no se pueden realizar contribuciones al gobierno, candidatos o partidos políticos.

También realizamos nuestra labor con base en otras políticas, para reducir los riesgos de corrupción y soborno en nuestras operaciones de compras, tales como:

- Política de registro de contratos y pago de bienes y servicios,
- Política de pago a proveedores sin contrato, registro y modificaciones a la Política del catálogo de proveedores,
- Política de compra de bienes y contratación de servicios, y
- Política de compras de impulso.

Tabla 4. Actores clave y responsabilidades para prevenir la corrupción

ACTORES CLAVE	RESPONSABILIDADES
COLABORADORES	<div>- Conocer los lineamientos de la política interna, sus principios y consecuencias.</div> <div>- Denunciar, a través del Sistema de denuncias, cualquier acto de corrupción ligado a una persona vinculada a la Compañía.</div> <div>- Hacer del conocimiento del Grupo de supervisión anticorrupción cuando cualquier persona física o moral, socio, agente o tercera persona que tenga un negocios, contrato o acuerdo con la Compañía, pretenda obtener alguna ventaja para la Compañía ante cualquier autoridad, funcionario o personas físicas o moral del sector privado, a través de actos de corrupción y/o actos indebidos.</div> <div>- Informar, a través del Sistema de denuncias, cuando reciban una solicitud de soborno o de pago sospechoso proveniente de cualquier persona.</div> <div>- Cooperar en los procesos de investigación, revisión y auditoría.</div>
COMITÉ DE CUMPLIMIENTO ANTICORRUPCIÓN	<div>- Supervisar la aplicación del manual del Programa anticorrupción.</div> <div>- Reportar al Comité de Auditoría cualquier tema relacionado con el cumplimiento del manual del Programa anticorrupción y las medidas adoptadas en caso de violaciones al mismo.</div> <div>- Informar al Comité de Auditoría y al Consejo de Administración de la Compañía, cuando el Comité de Cumplimiento anticorrupción considere necesario, el estado de cumplimiento de la Compañía con respecto al Manual del Programa anticorrupción.</div>

ACTORES CLAVE**RESPONSABILIDADES****AUDITORÍA
INTERNA**

- Establecer los mecanismos necesarios para dar certeza de que ninguna persona vinculada a la Compañía sufrirá represalias por negarse a realizar o por reportar un acto de corrupción y/o acto indebido.
- Gestionar, implementar y operar el Sistema de denuncias.

**RECURSOS
HUMANOS**

- Evaluación e implementación de controles internos para prevenir y evitar actos de corrupción.

JURÍDICO

- Atender las situaciones o consecuencias legales que surjan de los procesos de evaluación en materia de corrupción.

**GRUPO DE
SUPERVISIÓN
ANTICORRUPCIÓN**

- Dar seguimiento al desarrollo e implementación del Programa de cumplimiento anticorrupción.
- Elaborar los reportes para el Comité de Cumplimiento Anticorrupción, los cuales deben incluir información estadística relacionada con el Programa de cumplimiento y las Normas anticorrupción de la Compañía, irregularidades reportadas y resultados de las investigaciones realizadas.

**DEPARTAMENTO DE
CUMPLIMIENTO**

- Revisar y dar seguimiento a las investigaciones y cuestionamientos sobre aspectos relacionados con actos de corrupción y/o actos indebidos.
- Revisar y responder todas las preguntas de las personas vinculadas con la Compañía respecto del manual del Programa anticorrupción y políticas relacionadas.
- Recabar los certificados de cumplimiento en el formato correspondiente de los Ejecutivos relevantes, una vez al año.

CAMPAÑA DE CAPACITACIÓN INSTITUCIONAL ANTICORRUPCIÓN

La campaña de capacitación anticorrupción de Grupo Televisa tiene como objetivo capacitar al 100% de sus colaboradores y ejecutivos en temas de anticorrupción. En 2018, se implementaron sesiones de capacitación presencial para 16,366 colaboradores, distribuidos de la siguiente manera: 3,995 colaboradores de Televisa, 1,265 colaboradores de SKY y 11,106 colaboradores de IZZI.

Para 2019, se tiene como objetivo capacitar presencialmente a 10,980 colaboradores adicionales de la Compañía. Además, existe un proyecto para aumentar el número de colaboradores capacitados mediante un sistema de capacitación en línea.

SISTEMA DE DENUNCIAS

Grupo Televisa cuenta con medios anónimos y confidenciales para recibir denuncias a través de canales de comunicación para colaboradores. La Política del sistema de denuncias establece los lineamientos para la recepción y atención de denuncias por actos cometidos por colaboradores y personas relacionadas que se oponen a nuestros estatutos establecidos en el Código de ética de la Compañía.

Es responsabilidad del Comité de Auditoría garantizar el anonimato del denunciante y asegurarse que no sufra ninguna represalia. Los colaboradores y partes relacionadas pueden reportar las violaciones a las provisiones establecidas en el Código de Ética y comunicar cualquier situación que afecte los intereses y objetivos de negocio y el capital humano. El Sistema de denuncias es confidencial, pero, a consideración del denunciante, puede o no ser anónimo.

Los canales de comunicación para nuestros grupos de interés son:

Figura 9. Canales de comunicación:

PÁGINA WEB CORPORATIVA.

(http://capturadenuncias.televisa.com.mx/DenunciasCaptura/denuncias_tel.aspx).

INTRANET

Solo para colaboradores

CENTRO DE ATENCIÓN

Llamada gratuita al 01-800-007-8477, desde cualquier parte del país (auditado por un tercero).

CORREO POSTAL

Av. Vasco de Quiroga 2000. Col Santa Fe. Ciudad de México, C.P. 01210, dirigido al Comité de Auditoría.

CORREO ELECTRÓNICO

denuncias@televisa.com.mx



SISTEMAS DE MONITOREO Y AUDITORÍA INTERNA

Como resultado de los procedimientos de Auditoría Interna llevados a cabo durante el año fiscal 2018, no se encontró evidencia que demuestre la existencia de ningún acto de corrupción durante el año. Además, no se encontró ningún registro de ninguna demanda por corrupción presentada contra la organización y/o sus empleados.

QUEJAS RELACIONADAS CON LA ÉTICA

Las quejas recibidas se refieren principalmente, entre otras cuestiones, al acoso sexual o al conflicto de intereses. Entre las medidas tomadas para abordarlas están las sanciones administrativas, una advertencia o, en algunos casos, la rescisión del contrato.

POLÍTICA CON PERSONAS RELACIONADAS Y CONFLICTOS DE INTERÉS

La política de “Operaciones con partes relacionadas” establece que el personal directivo de Grupo Televisa y sus proveedores deben declarar la existencia o inexistencia de partes relacionadas mediante un proceso formal cada vez que arranque una nueva transacción o en caso de una modificación del estado del colaborador. El Departamento de Auditoría Interna se encarga de recibir y analizar las declaraciones de partes relacionadas de los empleados y proveedores y compartirlas con el Comité de Auditoría. Cualquier violación en la declaración de partes relacionadas implica la terminación del contrato.

Adicionalmente, nuestro Código de Ética prohíbe cualquier acción u omisión que se pretenda realizar en cualquier asunto en el que exista un conflicto de interés. De acuerdo con el Código de Ética, todos los directivos, funcionarios y colaboradores deben refrendar su comprensión y cumplimiento con estos requisitos.



GOBIERNO CORPORATIVO

(GRI 102-18, GRI 102-22, GRI 102-23, GRI 102-24, GRI 102-25, GRI 102-26, GRI 102-27, GRI 102-28, GRI 102-29, GRI 102-35, GRI 102-36, GRI 102-37, GRI 102-38)



Nuestras prácticas de gobierno corporativo están fundamentadas en un esquema de transparencia, rendición de cuentas, equidad y cumplimiento, con base en políticas que fortalecen nuestra estructura, generan valor y promueven nuestra permanencia en el mercado a largo plazo. El esquema de gobierno corporativo es esencial para lograr una gestión sólida del riesgo, prevenir conflictos de interés, lograr una comunicación transparente, tomar decisiones colegiadas y realizar evaluaciones de desempeño de nuestras operaciones. Somos una empresa mexicana con acciones en forma de Certificados de Participación Ordinaria (CPOs) inscritos en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV).

Nuestras prácticas de gobierno corporativo se rigen por los estatutos de la empresa, la Ley del Mercado de Valores y las normas emitidas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) y la BMV. Aunque el cumplimiento no es obligatorio, nos adherimos a los principios del Código de Mejores Prácticas Corporativas, creado en enero de 1999 por un grupo de líderes mexicanos de negocios y avalado por la CNBV.

Como emisora privada extranjera (Foreign Private Issuer) con acciones listadas en el New York Stock Exchange (NYSE), y de acuerdo a sus estándares de registro estamos sujetos a requisitos de gobierno corporativo diferentes a los de una Compañía de los EE. UU. Salvo ciertas excepciones, los emisores privados extranjeros pueden registrarse por los estándares de emisión de sus países de origen. De conformidad con la Regla 303.A11 del Manual de empresas listadas del NYSE, estamos obligados a proporcionar un resumen de las diferencias más significativas entre nuestras prácticas de gobierno corporativo y las requeridas para las empresas estadounidenses, de acuerdo con las normas del NYSE. Un resumen de esas diferencias está disponible en nuestra Forma 20-F 2018, disponible en: (<http://www.telesair.com/en/reports-and-filings/form-20-f>).

Nuestro Consejo de Administración es responsable de la gestión de nuestra Compañía. Nuestros estatutos

contemplan un Consejo de Administración compuesto por hasta 20 miembros, de los cuales el 25% deben ser "miembros independientes". Conforme a los estatutos, el Comité Ejecutivo generalmente tiene las mismas facultades que el Consejo de Administración, con excepción de las facultades reservadas para el Consejo por los propios estatutos o por las leyes aplicables. La Compañía tiene un Comité de Auditoría y un Comité de Prácticas Societarias. El Comité de Auditoría está integrado actualmente por cuatro miembros independientes y el Comité de Prácticas Societarias por tres miembros independientes, elegidos por el Consejo de Administración, y el Presidente de cada Comité es elegido y/o ratificado por los accionistas.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Comprendemos lo importante que es la independencia y composición de nuestro Consejo de Administración para nuestros grupos de interés y reconocemos que un consejo efectivo y balanceado toma mejores decisiones de gestión, mitiga riesgos y crea valor.

De acuerdo con el artículo 24 de la Ley del Mercado de Valores, por cada consejero propietario en el Consejo de Administración es posible designar un suplente. De igual forma, las leyes aplicables establecen que al menos 25% de los miembros propietarios deben ser independientes.

Hoy en día, el porcentaje de miembros independientes en nuestro Consejo de Administración excede el porcentaje mínimo establecido por las leyes aplicables y el Código de Mejores Prácticas Corporativas. Para que haya quórum en una reunión del Consejo de Administración, deben estar presentes por lo menos 50% de los miembros o sus suplentes, y para que sus resoluciones sean válidas, deberán adoptarse con el voto favorable de la mayoría de los miembros presentes. No obstante, en caso de que el Consejo de Administración se reúna para analizar ciertas propuestas de adquisición de capital social, deberán estar presentes al menos 75% de los consejeros o sus suplentes para que sus decisiones y resoluciones sean válidas,



deberán adoptarse con un voto favorable de la mayoría de los miembros presentes. En caso de empate en la votación del Consejo, el presidente del Consejo de Administración tendrá voto de calidad.

Todos los miembros propietarios y suplentes del Consejo de Administración fueron elegidos y/o ratificados en sus cargos por nuestra Asamblea General Ordinaria Anual de Accionistas de 2019, que se celebró el 29 de abril de 2019. El Consejo de Administración consta de veinte miembros propietarios, cuatro de los cuales son ejecutivos de la Compañía, uno es externo relacionado y quince son independientes.

En la Asamblea Ordinaria Anual de Accionistas, celebrada el 29 de abril 2019, los titulares de las acciones de la Serie "A" eligieron a once de nuestros consejeros y sus suplentes y los titulares de las acciones de la Serie "B" eligieron a cinco de nuestros consejeros y a sus suplentes. En la Asamblea Especial de Accionistas, la mayoría de los titulares de las acciones de la Serie "L" y la Serie "D", eligieron (cada grupo de accionistas) a dos consejeros y sus suplentes, todos independientes. Excepto por un consejero suplente que solo puede sustituir a un consejero en particular, cada

consejero alterno puede votar en ausencia de un consejero de acuerdo con la serie de acciones que designó al consejero correspondiente. Los consejeros y suplentes son elegidos por períodos de un año por nuestros accionistas en cada asamblea anual de accionistas.

La mayoría de los miembros del Consejo de Administración deben ser de nacionalidad mexicana, designados por accionistas mexicanos. Nuestros estatutos prohíben el nombramiento de miembros que: (i) sean miembros del órgano de administración o cualquier otro órgano de decisión u operación de algún consejo administrativo de una Compañía (que no sea Grupo Televisa o sus subsidiarias), que sea titular de una o más concesiones de telecomunicaciones en México; y/o (ii) personas que sean socios o accionistas, directa o indirectamente (que no sea Grupo Televisa o sus subsidiarias), que sean titulares de una o más concesiones de telecomunicaciones en México, salvo en aquellos casos en que su participación en el capital social no les permita designar a uno o más miembros de su órgano de administración, ni de cualquier otro órgano administrativo o de operaciones.

Tabla 5. Miembros del Consejo de Administración

MIEMBROS	
EMILIO FERNANDO AZCÁRRAGA JEAN	GUILLERMO GARCÍA NARANJO ÁLVAREZ
ALFONSO DE ANGOITIA NORIEGA	BERNARDO GÓMEZ MARTÍNEZ
ALBERTO BAILLÉRES GONZÁLEZ	CARLOS HANK GONZÁLEZ
JOSÉ ANTONIO CHEDRAUI EGUÍA	ROBERTO HERNÁNDEZ RAMÍREZ
FRANCISCO JOSÉ CHÉVEZ ROBELO	ENRIQUE KRAUZE KLEINBORT
JON FELTHEIMER	LORENZO ALEJANDRO MENDOZA GIMÉNEZ
JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ	FERNANDO SENDEROS MESTRE
SALVI RAFAEL FOLCH VIADERO	ENRIQUE FRANCISCO JOSÉ SENIOR HERNÁNDEZ
MICHAEL THOMAS FRIES	EDUARDO TRICIO HARO
MARCOS EDUARDO GALPERIN	DAVID M. ZASLAV

Para obtener más información sobre el nombre y la fecha de nacimiento de nuestros consejeros, ocupación principal, experiencia en negocios, año de primera designación y puestos que ocupan nuestros miembros en otros consejos de administración, favor de referirse a la Forma 20-F de la Compañía páginas 100 - 107 (<http://www.telesair.com/en/reports-and-filings/form-20-f>)

Nuestros estatutos establecen que el Consejo debe reunirse al menos cada tres meses, e igualmente contemplan que tanto el presidente, el 25% de los consejeros, el secretario o su suplente, el Presidente del Comité de Auditoría o el Presidente del Comité de Prácticas Societarias pueden convocar una reunión.

La Ley del Mercado de Valores impone un deber de lealtad y diligencia a los miembros del Consejo. El deber de diligencia requiere que nuestros consejeros actúen de buena fe y en el mejor interés de la Compañía. Para cumplir con esta obligación, los miembros están obligados a obtener la información necesaria de los Co-Presidentes Ejecutivos de la Compañía, de los funcionarios ejecutivos, de los auditores externos o de cualquier otra persona.

Nuestros consejeros pueden ser responsables por daños y perjuicios causados a la Compañía y sus subsidiarias, derivados de cualquier incumplimiento con su deber de diligencia. El deber de lealtad requiere que los miembros del Consejo preserven la confidencialidad de la información recibida con relación al desempeño de sus funciones y se abstengan de discutir o votar sobre asuntos en los que tengan conflictos de interés. Además, se infringe el deber de lealtad si un accionista o grupo de accionistas recibe cualquier beneficio de manera intencional o si un consejero aprovecha una oportunidad de negocio sin el expreso consentimiento del Consejo de Administración.

El incumplimiento del deber de lealtad puede suscitarse, entre otras cosas, por (i) no revelar al Comité de Auditoría o a los auditores externos cualquier irregularidad que el consejero detecte en el desempeño de sus funciones; o (ii) divulgar información falsa o engañosa u omitir registrar cualquier transacción en los registros, que pudiera afectar los estados financieros. Los miembros del Consejo pueden ser responsables de los daños y perjuicios causados a la Compañía y sus subsidiarias por violaciones al deber de lealtad. Dicha responsabilidad también se extiende a daños y perjuicios causados como resultado de beneficios obtenidos por un miembro o terceros, como resultado de las acciones de dichos consejeros.

Nuestros consejeros pueden estar sujetos a sanciones penales de hasta 12 años de prisión por actos ilegales o dolosos y que resulten en pérdidas para la Compañía, tales como alterar estados financieros y registros. Para más información sobre las acciones legales que Grupo Televisa puede emprender por daños y perjuicios a la Compañía, favor de consultar la Forma 20-F 2018 (<http://www.telesair.com/en/reports-and-filings/form-20-f>).

ACTÚEN DE
BUENA FE Y
EN EL **MEJOR**
INTERÉS DE LA
COMPAÑÍA





a) Ejecutar las resoluciones y medidas dictadas por las Asambleas de Accionistas, por el Consejo de Administración y el Comité Ejecutivo.

b) Designar y/o destituir a los vicepresidentes de la Compañía, así como a los demás funcionarios, empleados, auditores externos y apoderados que sean necesarios para la debida atención a los asuntos de la Compañía y sus subsidiarias, indicando sus responsabilidades y deberes.

c) Administrar los negocios y bienes de la Compañía.

d) Nominar a los miembros del Comité Ejecutivo.

e) Crear los comités especiales y designar a las personas que deban integrarlos, señalando sus facultades, deberes y remuneraciones.

PAGO A LOS MIEMBROS DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECTORES

La información sobre la compensación de los miembros del Consejo de Administración y directores de Grupo Televisa, así como los beneficios a los cuales tienen derecho, se encuentra publicada en la Forma 20-F 2018 (ver página 112, <http://www.televisair.com/en/reports-and-filings/form-20-f>)

PRESIDENTE DEL CONSEJO

El Presidente del Consejo de Administración y el Presidente del Comité ejecutivo de Grupo Televisa es Emilio Fernando Azcárraga Jean, quien a su vez es Presidente del Consejo y Presidente del Comité ejecutivo de Empresas Cablevisión. Es también Expresidente Ejecutivo de Grupo Televisa.

PRESIDENTE EJECUTIVO

De acuerdo con la Ley del Mercado de Valores el presidente ejecutivo de una empresa es responsable de su gestión, conducción y ejecución, así como de sus subsidiarias.

Alfonso de Angoitia Noriega y Bernardo Gómez Martínez ocupan las posiciones de Co-Presidentes Ejecutivos de Grupo Televisa, y son miembros del Comité ejecutivo de Grupo Televisa, así como miembros del consejo y miembros del Comité ejecutivo de Empresas Cablevisión.

Nuestros Co-Presidentes Ejecutivos reciben el apoyo de la alta dirección, en el ejercicio de sus funciones, para el debido cumplimiento de sus obligaciones.

De conformidad con la legislación mexicana, por el solo hecho de su nombramiento, una persona que funja como Presidente Ejecutivo es el principal ejecutivo de la Compañía y, además de las facultades y deberes que le corresponden de conformidad con la Ley del Mercado de Valores, tiene los siguientes deberes:

TENENCIA ACCIONARIA DE CONSEJEROS Y FUNCIONARIOS

Grupo Televisa publica la información sobre sus principales accionistas a través de la Forma 20-F 2018 (ver página 114, <http://www.televisair.com/en/reports-and-filings/form-20-f>).

Los mecanismos de antitakeover se encuentran especificados en la página 129 de la Forma 20-F 2018 (<http://www.televisair.com/en/reports-and-filings/form-20-f>).

COMITÉ EJECUTIVO DE NUESTRO CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Nuestro Consejo de Administración cuenta con un Comité Ejecutivo. Cada miembro es asignado por un periodo de un año en cada Asamblea Ordinaria Anual de Accionistas. Nuestros estatutos establecen que el Comité Ejecutivo generalmente puede ejercer los poderes del Consejo de Administración, excepto por aquellos reservados expresamente al Consejo en los estatutos de la Compañía o por las leyes aplicables. Actualmente, el Comité Ejecutivo está integrado por Emilio Azcárraga Jean, Alfonso de Angoitia Noriega y Bernardo Gómez Martínez.

COMITÉ DE AUDITORÍA

Actualmente, el Comité de Auditoría está integrado por cuatro miembros independientes: Francisco José Chevez

Robelo, como Presidente, Alberto Javier Montiel Castellanos, José Luís Fernández Fernández y Guillermo García Naranjo Álvarez. El presidente del Comité fue ratificado en la última Asamblea Ordinaria Anual de Accionistas, celebrada el 29 de abril de 2019. El resto de los miembros del Comité fueron ratificados por el Consejo de Administración.

El Comité de Auditoría es responsable, entre otras cuestiones, de: (i) someter a la aprobación del Consejo de Administración, la designación y/o ratificación anual de la firma contratada para realizar la Auditoría externa, así como la contratación de servicios distintos a los relacionados a la Auditoría externa a realizar por los auditores externos; (ii) evaluar el desempeño de nuestros auditores externos y analizar sus informes; (iii) discutir nuestros estados financieros con las personas a cargo de su preparación, y con base en dichas discusiones, recomendar su aprobación al Consejo de Administración; (iv) informar al Consejo de Administración sobre el estado de nuestros controles internos y su eficacia; (v) solicitar informes de los funcionarios ejecutivos cuando lo considere apropiado; (vi) informar al Consejo de Administración cualquier irregularidad que pueda encontrar como parte del desempeño de sus funciones; (vii) recibir y analizar las recomendaciones y observaciones hechas por los accionistas, consejeros, funcionarios ejecutivos, nuestros auditores externos o cualquier tercero y tomar las medidas necesarias; (viii) revisar y aprobar, de ser aplicable, ciertas transacciones con partes relacionadas que no se consideran importantes de acuerdo con la Ley del Mercado de Valores; (ix) convocar a asambleas de accionistas cuando le sea solicitado; (x) proporcionar opiniones a nuestro Consejo de Administración con respecto a asuntos específicos requeridos por la Ley del Mercado de Valores; (xi) solicitar y obtener opiniones de terceros independientes, según lo considere conveniente, en relación con el desempeño de sus funciones; y (xii) asistir al Consejo de Administración en la preparación de informes anuales presentados por el Consejo de Administración a los accionistas y otras obligaciones de reporte de información.

El Presidente del Comité de Auditoría preparará un informe anual para nuestro Consejo de Administración con respecto a las actividades del Comité de Auditoría, que incluirá, entre otras cosas: (i) el estado de los controles internos y las Auditorías internas, y cualquier desviación y sus deficiencias, teniendo en cuenta los informes de auditores externos y expertos independientes; (ii) los resultados de las medidas preventivas y correctivas tomadas en función



de los resultados de las investigaciones relacionadas con el incumplimiento de las políticas operativas y contables; (iii) la evaluación de auditores externos; (iv) los principales resultados de la revisión de nuestros estados financieros y los de nuestras subsidiarias; (v) la descripción y efectos de los cambios en las políticas contables; (vi) las medidas adoptadas como resultado de las observaciones de accionistas, consejeros y ejecutivos y terceros relacionados con la contabilidad, controles internos, y Auditorías internas o externas; y (vii) el cumplimiento de resoluciones de los accionistas y consejeros.

COMITÉ DE PRÁCTICAS SOCIETARIAS

Actualmente, el Comité de Prácticas Societarias está integrado por los siguientes miembros independientes: José Luis Fernández Fernández, como Presidente, Guillermo García Naranjo Álvarez y Eduardo Tricio Haro. El Presidente del Comité de Prácticas Societarias fue ratificado por en la Asamblea General Ordinaria Anual de Accionistas el 29 de abril de 2019, y nuestro Consejo de Administración designó a los miembros restantes.

El Comité de Prácticas Societarias es responsable, entre otras cosas, de: (i) revisar y aprobar las metas y objetivos corporativos relacionados con la contraprestación de los Co-Presidentes Ejecutivos y evaluar el desempeño de los Co-Presidentes Ejecutivos a la luz de dichas metas y objetivos; (ii) revisar y aprobar los salarios anuales base y los incentivos anuales de los directivos relevantes, evaluar el desempeño de los directivos relevantes y recomendar al Consejo de Administración las políticas y lineamientos de compensaciones de los directivos relevantes; (iii) revisar el resto de los incentivos (en efectivo y accionarios), los contratos de trabajo, cualquier contrato de cambio de control, así como disposiciones de cambio de control que afecten la compensación y beneficios y cualquier compensación especial o adicional y beneficios para los directivos relevantes y personas que fungieron como directivos relevantes; y (iv) revisar y recomendar ciertas operaciones materiales celebradas con partes relacionadas, de conformidad con la Ley del Mercado de Valores.

El Presidente del Comité de Prácticas Societarias debe elaborar un informe anual para el Consejo de Administración respecto a las actividades del Comité de Prácticas Societarias, que debe incluir, entre otras cosas: (i) observaciones respecto al desempeño de los ejecutivos relevantes; (ii) operaciones materiales celebradas con partes relacionadas durante el año fiscal; y (iii) paquetes de compensaciones para los ejecutivos relevantes.

AUDITORES EXTERNOS

KPMG Cárdenas Dosal, S.C. actuó como nuestro despacho de auditores externos independientes para el año fiscal que concluyó el 31 de diciembre de 2018.

La siguiente tabla muestra el monto total facturado por dicho despacho de auditores externos independientes, por servicios prestados en 2018, desglosado por categoría de servicios:

Tabla 6. Honorarios por servicios de Auditoría externa en 2018 (en millones de pesos)

HONORARIOS DE AUDITORÍA	92.7
HONORARIOS RELACIONADOS CON AUDITORÍA	1.2
HONORARIOS POR SERVICIOS	13.5
OTROS HONORARIOS	2.2
TOTAL, HONORARIOS	109.6





GESTIÓN DE RIESGOS

(GRI 102-15, GRI 102-30, GRI 201-2, GRI 205-1, SASB TC-TL-520a.3)



En Grupo Televisa evaluamos los riesgos sustanciales que podrían afectar nuestro negocio. El principal responsable de la gestión de riesgos es el Director de Finanzas Corporativas, Gestión de Riesgos y Tesorería, que le reporta directamente al Director de Finanzas. Las decisiones se toman con la aprobación tanto del Director de Finanzas como del Comité de Inversiones y Administración de Riesgos. La persona responsable de supervisar y auditar el desempeño de la administración de riesgos es el Vicepresidente de Auditoría Interna, que le reporta directamente a los Co-Presidentes Ejecutivos y al Comité de Auditoría.

El Comité de Inversiones y Administración de Riesgos incluye criterios ASG (ambientales, sociales y de gobernanza corporativa) para las inversiones en USD en Deuda Bancaria y Privada; considerando en su caso, alguno de los Principios para la Inversión Responsable (PRI por sus siglas en inglés) establecidos como una hoja de ruta para la implementación inversión socialmente responsable. Los seis Principios para la Inversión Responsable (PRI, iniciativa apoyada por las Naciones Unidas) ayudan a los inversionistas en integrar las cuestiones ambientales, sociales y de gobierno corporativo a la toma de decisiones y a sus prácticas de gestión de activos.

El resultado del análisis de riesgos relacionados con el desempeño económico se incluye en la Forma 20-F, la cual se divide en cuatro áreas principales:

- Riesgos relacionados con México.
- Riesgos relacionados con nuestros principales accionistas.
- Riesgos relacionados con nuestro negocio.
- Riesgos relacionados con nuestras acciones.

A continuación, mencionamos brevemente los principales riesgos de cada área. Sin embargo, el desglose de estos riesgos se puede encontrar en la Forma 20-F (<http://www.televisair.com/en/reports-and-filings/form-20-f>).

ALGUNOS RIESGOS DE GRUPO TELEVISA

• Riesgos relacionados con México

o Factores económicos y políticos que pudieran afectar negativamente nuestro negocio.

o México ha experimentado condiciones económicas adversas, que pudieran impactar negativamente nuestros resultados operativos y financieros.



o Ciertos acontecimientos y la percepción de riesgo en otros países, específicamente Europa, Estados Unidos y países de mercados emergentes, pueden afectar negativamente la economía mexicana, el valor de mercado de nuestras acciones y nuestros resultados de operación.

o La incertidumbre en los mercados financieros globales puede afectar negativamente nuestros costos financieros y riesgo, ante nuestros clientes y contrapartes.

o Las fluctuaciones de la moneda o la devaluación y depreciación del peso pueden limitar la capacidad de nuestra empresa y de otras, de convertir pesos en dólares o en otras monedas, lo que puede afectar negativamente nuestro negocio, situación financiera o resultados de operación.

o Un incremento en las tasas de interés en Estados Unidos puede impactar negativamente la economía mexicana y tener un efecto negativo en nuestra situación financiera y desempeño.

o La renegociación de acuerdos comerciales u otros cambios en la política exterior por la administración presidencial de Estados Unidos pueden afectar negativamente las importaciones y exportaciones entre México y Estados Unidos, así como generar otros efectos económicos y geopolíticos que pueden afectarnos de manera negativa.

o Las altas tasas de inflación en México pueden disminuir la demanda de nuestros servicios e incrementar costos.

o Las altas tasas de interés en México pueden incrementar nuestros costos financieros.

o Los eventos políticos en México pueden afectar la política económica mexicana, así como nuestro negocio, situación financiera y resultados de nuestras operaciones.

o México ha experimentado un periodo de aumento en el índice de criminalidad, lo cual puede afectar negativamente nuestros costos financieros y el riesgo ante nuestros clientes y contrapartes.

o La imposición de multas por reguladores y otras autoridades puede afectar negativamente nuestra situación económica y resultados de operaciones.

o La reforma y adición de disposiciones relacionadas con telecomunicaciones en la Constitución de México, la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y otras acciones recientes del Instituto Federal de Telecomunicaciones pueden afectar significativa y adversamente el negocio, los resultados de operaciones y los resultados financieros de algunos de nuestros segmentos de negocio.

• Riesgos relacionados con nuestros principales accionistas

o Emilio Azcárraga Jean tiene y tendrá una influencia substancial sobre nuestra gestión y sus intereses pueden diferir de los de otros accionistas.

o Como accionista controlador, Emilio Azcárraga Jean tiene la capacidad de limitar nuestra capacidad de reunir capital, lo cual nos obligaría a buscar otros acuerdos financieros.

• Riesgos relacionados con nuestro negocio

o La operación de nuestro negocio puede verse afectada negativamente si el gobierno mexicano no renueva o revoca nuestras licencias de difusiones u otras concesiones.

o Enfrentamos competencia en cada uno de nuestros mercados, que prevemos se hará aún más intensa.

o La naturaleza estacional de nuestro negocio afecta nuestros ingresos y una reducción significativa en las ventas netas del cuarto trimestre podría afectar nuestros resultados de operación.

o DirecTV tiene ciertos derechos de gobierno y veto sobre algunas operaciones de Innova.

o La pérdida de la transmisión o del uso de transpondedores satelitales podría causar una interrupción del negocio de Innova, lo que afectaría negativamente nuestros ingresos netos.

o Cualquier incidente que afecte nuestra red y sistemas de información u otras tecnologías podría tener un impacto adverso en nuestro negocio, reputación y resultados de operación.

o Los resultados de operación de Univisión Holdings, Inc. pueden afectar nuestros resultados de operación y el valor de nuestra inversión en dicha Compañía.

o Anteriormente, hemos identificado debilidades materiales en nuestros controles internos sobre la información financiera, y cualquier debilidad material futura o la imposibilidad de lograr un sistema efectivo de controles internos puede hacer que no podamos informar nuestros resultados financieros con precisión. Además, el precio de negociación de nuestros valores puede verse afectado negativamente por una reacción negativa del mercado relacionada.

o Los cambios en la Ley tributaria de Estados Unidos pueden afectar negativamente los resultados de las operaciones de nuestras subsidiarias y entidades de riesgo compartido de Estados Unidos.

• Riesgos relacionados con nuestras acciones

o Cualquier acción legal que los accionistas quisieran iniciar, en relación con nuestros estatutos o el Fideicomiso de los CPO, debe presentarse ante un tribunal mexicano.

o Nuestros accionistas extranjeros no pueden tener acciones de la serie "A", serie "B" o serie "D" directamente y deben tenerlas en un fideicomiso en todo momento.

o Los titulares no mexicanos de nuestras acciones pierden sus acciones si invocan la protección de su gobierno.

o Los titulares no mexicanos de nuestras acciones tienen derechos de voto limitados.

o Nuestras protecciones antitakeover pueden disuadir a compradores potenciales y reducir el precio de nuestras acciones.

o Los titulares de GDS pueden enfrentar desventajas al intentar ejercer sus derechos de voto, en comparación con otros titulares de nuestras acciones.

o Los intereses de nuestros titulares de GDS se diluirán si emitimos nuevas acciones y dichos titulares no pueden ejercer los derechos de preferencia sobre el efectivo.

o La protección otorgada a accionistas minoritarios en México es diferente a la otorgada en Estados Unidos.

o Puede resultar complicado hacer cumplir obligaciones civiles contra la Compañía o sus directores, funcionarios ejecutivos y/o personas controladoras.

A través de una evaluación de riesgos realizada, se identificaron los siguientes riesgos significativos: (i) fraude; (ii) conflictos de interés; (iii) soborno; y (iv) coerción. También identificamos otras actividades relacionadas con estos riesgos, como la prestación de servicios a terceros en forma de entretenimiento, viajes y obsequios. Estos riesgos son mitigados por medio de mecanismos estrictamente monitoreados, como se detalla en el capítulo de Ética y cumplimiento.

Asimismo, el Departamento de Auditoría Interna elabora el Plan Anual de Auditoría Interna, que se basa en un enfoque de evaluación de riesgos, considerando varios factores de ponderación, tales como: i) Riesgos inherentes, ii) Riesgo de fraude, iii) Nivel de control, iv) Resultados de la última Auditoría, v) Cifras financieras y vi) EBITDA. El Plan de Auditoría anual es aprobado por el Comité de Auditoría, y el progreso y las principales conclusiones se presentan al Comité de Auditoría trimestralmente. Adicionalmente, Grupo Televisa trabaja en identificar riesgos relacionados al cambio climático para evaluar las funciones críticas necesarias para la continuidad de nuestras operaciones.



Figura 10. Principales riesgos asociados al cambio climático en Grupo Televisa

RIESGOS RELACIONADOS AL CAMBIO CLIMÁTICO

- Operaciones y personas afectadas a causa de agua contaminada.
- Tormenta de arena o circulación de polvo en cantidades o condiciones que pueden afectar la ubicación.
- Calor extremo en condiciones de trabajo o en el medio ambiente.
- Inundación, torrente superficial.
- Operación y personas afectadas debido a la alta intensidad de viento.
- Deslaves.
- Daños eléctricos, electrónicos y de equipos informáticos, causados por tormentas eléctricas.
- Lluvias torrenciales.

EFFECTOS RELACIONADOS A LOS RIESGOS

- Colapso de edificios.
- Deficiencias en producto.
- Explosiones/Incendios.
- Contaminación de aire extrema.
- Escases de recursos o combustible.
- Fugas o emisiones de materiales peligrosos.
- Pérdida en el suministro de gas.
- Accidentes viales.
- Falta de drenaje/desborde del sistema de recolección.
- Falta de ventilación (inducción de presión positiva).
- Falta de equipos.

OPORTUNIDADES ANTE LA IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS

- Identificar y evaluar problemas ambientales.
- Comparar tecnologías nuevas y tradicionales que se usan en la determinación de la efectividad de los diferentes controles y técnicas de mitigación diseñadas para reducir riesgos.
- Localización de instalaciones potencialmente peligrosas.
- Mejorar la probabilidad de la continuidad de negocio, sin importar qué evento adverso ocurra.
- Reducir o eliminar el tiempo perdido tratando de resolver un problema.
- Evitar multas derivadas de la falta de cumplimiento de requerimientos regulatorios.
- Evitar el deterioro de la imagen de la Compañía, derivado de una falla de negocio u operativa.
- Asegurar una operación robusta y resistente a fallas.
- Contar en el largo plazo con un plan a nivel Grupo Televisa que permita minimizar la dependencia de la organización a los recursos energéticos limitados.

GESTIÓN DE RIESGOS

- Grupo Televisa trabaja en la cultura de prevención de riesgos con un programa de capacitaciones para el personal en temas de qué hacer en caso de contingencias.



FUERZA LABORAL

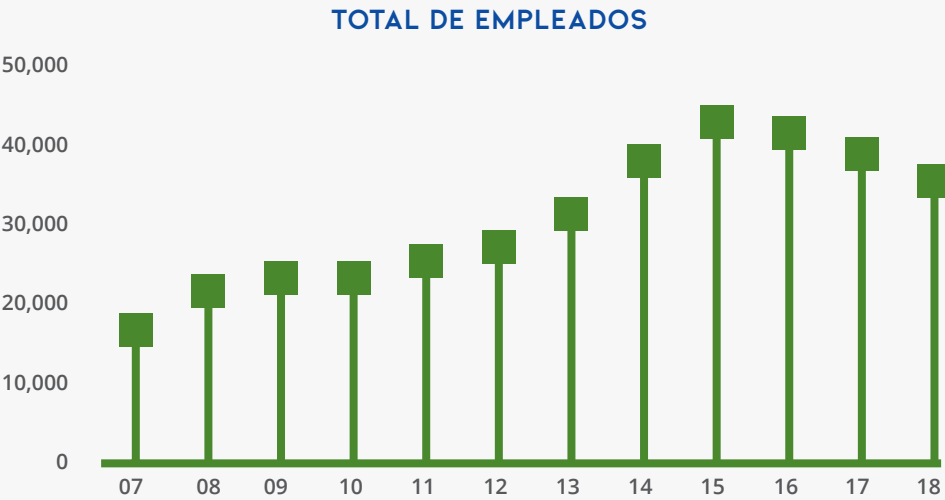
(GRI 102-7, GRI 102-8, GRI 102-41, GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 401-1, SV-ME-260a.1)

Nuestro talento es la base del éxito, innovación y profesionalismo que ha llevado a Televisa a sobresalir como empresa líder en su sector. Nuestro equipo está conformado por personas con sólida experiencia y talento, que poseen habilidades únicas en sus campos profesionales. Dentro de Televisa, impulsamos y consolidamos sus carreras con programas de capacitación, evaluaciones de desempeño y otorgamiento de mayores beneficios. Nos comprometemos a ofrecer condiciones laborales sólidas a nuestros empleados, respetando sus derechos humanos y colectivos y construyendo un entorno organizacional que les permita mejorar su desempeño y fortalecer su compromiso.

En Televisa sabemos que el talento de nuestros colaboradores es, sin lugar a duda, la clave para lograr un excelente desempeño en todas las áreas de nuestro negocio. Por ello, su realización como personas y profesionistas es una de las prioridades de nuestra estrategia de negocios.

Al 31 de diciembre de 2018, la fuerza laboral de nuestras subsidiarias estaba integrada por 36,686 colaboradores, lo que implicó una disminución de 8.7% con respecto al año anterior . La mayoría de nuestros colaboradores están ubicados en México (99.43%), excepto un pequeño porcentaje que trabaja en otros países de Latinoamérica y Estados Unidos (0.57%). El porcentaje de colaboradores sindicalizados de las subsidiarias de Grupo Televisa representa 43.41% del total de la plantilla laboral, mientras que los no sindicalizados representan 50.59%.

Figura 11. Fuerza laboral 2007-2018



⁶Los porcentajes de colaboradores de Grupo Televisa no incluyen a SKY.
⁷Favor de referirse a la Forma 20-F, página 117, para más información.

Nuestros colaboradores sindicalizados realizan sus actividades amparados por contratos colectivos, cuyas condiciones de contratación son superiores a las requeridas por las autoridades y la regulación aplicable. No hay diferencia salarial entre hombres y mujeres, dado que los tabuladores salariales se definen en función al puesto, no al género. Esto fortalece nuestra capacidad de atraer y retener talento. En algunos casos, los colaboradores de las subsidiarias de Grupo Televisa reciben beneficios superiores a los establecidos por la legislación de los países en donde laboran.

Los colaboradores sindicalizados de las subsidiarias de Grupo Televisa que laboran en radio y televisión pueden trabajar bajo diferentes tipos de contrato:

- i) Contratos colectivos, que se suscriben entre particulares y una representación sindical,
- ii) Contrato ley, que rige a todos los trabajadores de la industria de radio y televisión, y
- iii) Convenios de cláusulas, que funcionan como adenda al Contrato ley.

El amplio rango de edad entre nuestros empleados es clave para impulsar, enriquecer y fortalecer las habilidades y experiencia necesarias de un equipo diversificado centrado en el logro de nuestros objetivos.

Para los niveles ejecutivos, hubo una redistribución significativa de las categorías de edad debido a la incorporación de un número importante de empleados entre 31 y 40 años en 2018.

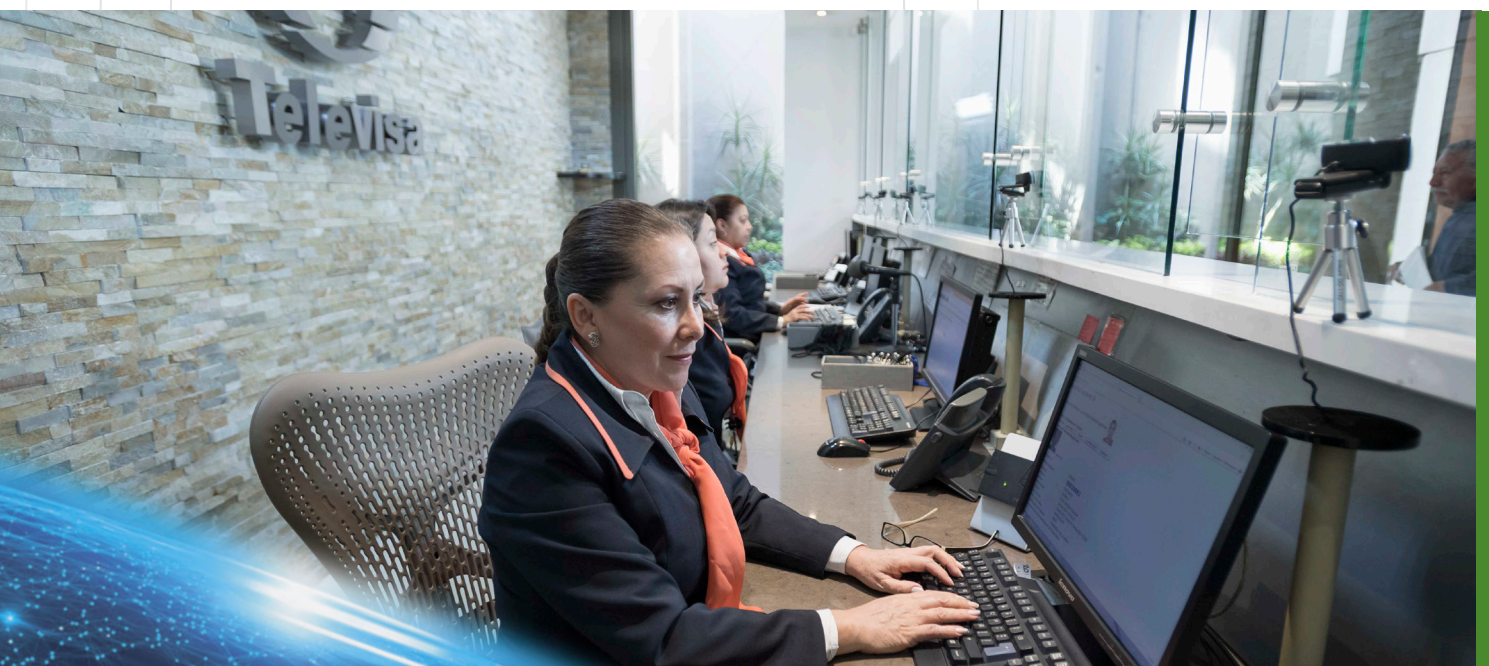


NUESTROS DATOS DE LA FUERZA LABORAL DE 2018:

NÚMERO DE EMPLEADOS POR EDADES:

TOTAL DE EMPLEADOS EJECUTIVOS, POR EDAD:

o	Menos de 20	0
	Entre 21 y 30	76
	Entre 31 y 40	355
	Entre 41 y 50	396
	Entre 51 y 60	186
	Más de 61	40



TOTAL DE EMPLEADOS NO EJECUTIVOS, POR EDAD:

Menos de 20	259
Entre 21 y 30	5,465
Entre 31 y 40	7,485
Entre 41 y 50	4,386
Entre 51 y 60	1,816
Más de 61	180

TOTAL DE EMPLEADOS SINDICALIZADOS, POR EDAD:

Menos de 20	100
Entre 21 y 30	4,278
Entre 31 y 40	5,733
Entre 41 y 50	3,689
Entre 51 y 60	1,913
Más de 61	120

Dado que Televisa es una Compañía que requiere un sólido trabajo en equipo, con capacidades técnicas avanzadas, para poder brindar servicios de alta calidad, en 2018 contratamos a 13,060 nuevos colaboradores para trabajar en México.

Por otro lado, el número de colaboradores que abandonaron la empresa durante 2018 sumó un total de 10,228 personas, lo que resultó en una tasa de rotación anual del 30.81%.

2018 NUEVOS EMPLEADOS

Mujeres	4,563
Hombres	8,497
Ejecutivos	160
No Ejecutivos	9,515
Posiciones sindicalizadas	3,385

Mujeres	3,593
Hombres	6,635

Las categorías para los empleados que dejaron su trabajo son las siguientes:

4,500

Renuncias

1,471

Empleados
despedidos

4,257

Empleados que se
fueron por otras razones
(ausentismo, fallecimiento,
retiro, terminación del
proyecto, vencimiento
del contrato, traslado,
discapacidad, etc.):

ATRACCIÓN DEL MEJOR TALENTO EN EL ÁMBITO DEL ESPECTÁCULO CEA TELEvisa

A lo largo de los últimos 32 años, nos hemos comprometido a descubrir, desarrollar y retener talento de alto nivel que contribuye con alta calidad a nuestro contenido multimedia. Nuestro objetivo es atraer audiencias masivas, produciendo así el crecimiento sostenible de nuestra empresa. El Centro de Educación Artística (CEA) está dedicado a seleccionar, entre miles de jóvenes de todo el mundo, a aquéllos que muestran las mejores habilidades interpretativas como actores, bailarines, cantantes, comediantes y locutores. Los entrenamos con una técnica de actuación muy rigurosa y al mismo tiempo, hacemos hincapié en la importancia de los principios éticos y humanísticos en su desempeño. Este programa consta de varias horas de clases todos los días durante tres años.

Gracias a este sistema, desarrollamos anualmente talento de primer nivel que contribuye al crecimiento de nuestro negocio. Todos los alumnos que ingresan reciben una beca completa. Cada año, se reciben aproximadamente 4,000 solicitudes de 48 diferentes países en América Latina y Europa, entre las cuales, seleccionamos 50 estudiantes que ingresan a la escuela. En el transcurso de tres años, estos estudiantes son constantemente evaluados por sus profesores; a aquéllos que no se encuentren en el nivel más alto, se les pide que abandonen la escuela. Aproximadamente el 50% de ellos se gradúan y luego se promocionan entre los productores y afiliados a nuestra Compañía. Hoy, el 85% del talento contratado para los roles principales de nuestros programas se graduó del CEA.

BENEFICIOS Y COMPENSACIONES

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 201-3, GRI 401-2, GRI 401-3)




Estamos convencidos de que nuestra mayor fortaleza radica en el desempeño de nuestro equipo, al aprovechar sus ideas y experiencia. Por esta razón, nos enorgullece ofrecer y mantener una amplia gama de recursos y oportunidades para nuestros colaboradores, a fin de maximizar su desarrollo y desempeño dentro y fuera de su lugar de trabajo.

Reconocemos que los principales indicadores de la gestión del talento (como permanencia, rotación y desempeño) se pueden mejorar si existe un plan de prestaciones y beneficios atractivos. En este sentido, continuamos promoviendo horarios de trabajo flexibles y trabajo a distancia, así como planes de maternidad y paternidad, descuentos en supermercados y tiendas departamentales, más de 600 convenios en temas de salud, educación, viajes, autos, gastronomía, entretenimiento y tiendas especializadas.



Tabla 7. Beneficios para nuestros colaboradores en México

BENEFICIOS	CONTRATO CON TIEMPO DETERMINADO	CONTRATO INDETERMINADO
Servicio médico	●	●
Desayuno, comida y cena con un costo mínimo para los colaboradores	●	●
Seguro de incapacidad o invalidez	●	
Estudios de laboratorio	●	●
Asesoría nutricional	●	●
Clases de acondicionamiento físico	●	●
Convenios con centros deportivos y comercios	●	●
Seguro de vida	●	
Seguro de gastos médicos mayores	●	
Servicios de revisión médica (niveles ejecutivos)	●	
Plan de acciones (para los colaboradores elegibles, que incluye empleados sindicalizados, no sindicalizados y empleados clave)	●	
Descuentos en supermercados, tiendas departamentales y autos con intercambios comerciales.	●	●
Estudios gratuitos de mamografías, próstata y antígenos sanguíneos.	●	●
Descuento de guardería	●	●
Descuentos en atención dental.	●	●
Descuentos en colegios para trabajadores y sus familias.	●	●
Contratación de seguros de automóviles privados a tarifas preferenciales.	●	●
Atención psicológica	●	●
Pensiones y planes de jubilación.	●	
Préstamos de dinero a tasas preferenciales a través de la Caja de Ahorros.	●	



Además de lo anterior, Grupo Televisa demuestra su compromiso con el desarrollo de sus colaboradores a través de un sólido marco de políticas, relacionadas a los siguientes temas.

- Política de contratación de personal.
- Política de evaluación del desempeño.
- Política de capacitación de personal.
- Otorgamiento de becas.
- Política de servicio de alimentos.
- Cálculo de pago por tiempo extra.
- Política de ayuda para pago de transporte nocturno.
- Política de determinación del periodo de lactancia.
- Concesión de recursos económicos para tratamientos médicos “Nómina con Causa”.
- Política de incrementos salariales.
- Política de transferencias de personal.
- Política de movimientos de personal.

Su implementación es responsabilidad de los Departamentos de Recursos Humanos, Administración y Finanzas, y la Vicepresidencia de Auditoría Interna. Se realizan estudios organizacionales y salariales de forma constante para identificar a los colaboradores que están por abajo o por arriba de los tabuladores salariales y se desarrollan estrategias para corregir las desviaciones identificadas.

El objetivo del área de Compensaciones es evitar y corregir las desviaciones salariales y que la gestión salarial este alineada con las políticas de remuneración de la Compañía. Cada año se realizan Auditorías formales para evaluar el nivel de compensación en función de estas políticas.

Nuestra política de igualdad de oportunidades rige las acciones que ayudan a mejorar las condiciones de igualdad de oportunidades para los empleados y proveedores de servicios de la Compañía. La igualdad de oportunidades es la práctica que promueve la no discriminación en la Compañía y brinda las mismas oportunidades a cualquier empleado o proveedor de servicios sin importar el género, estado civil, raza, clase económica y social, nacionalidad, preferencia política, discapacidad, convicciones personales y etnicidad, entre otros.

COMUNICACIÓN INTERNA EN IZZI

Figura 12. Material de comunicación interna en 2018 sobre los siguientes temas



CLIMA ORGANIZACIONAL

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 402-1)



El diagnóstico de Clima Organizacional de Grupo Televisa se realiza desde el año 2011 basado en una encuesta interna. Para el 2018 evolucionamos con una nueva encuesta que nos permitiera medir algunos otros factores necesarios para conocer el nivel de satisfacción actual.

LOS 16 FACTORES SON:

1. ALINEACIÓN ESTRATÉGICA
2. COMPAÑERISMO
3. COMUNICACIÓN
4. CONDICIONES DE TRABAJO
5. CUMPLIMIENTO DE METAS
6. DESARROLLO
7. ÉTICA Y VALORES
8. JORNADAS LABORALES Y DESCANSOS
9. LIDERAZGO
10. NORMATIVIDAD
11. PRESTACIONES
12. RECONOCIMIENTO
13. SEGURIDAD LABORAL
14. SERVICIOS AL PERSONAL
15. SUELDOS
16. VOCACIÓN POR EL TRABAJO

La encuesta se aplicó en el mes de diciembre con una participación del 69% de la población total, de los

cuales 69% fueron hombres y 31% mujeres, obteniendo puntuación total en Grupo Televisa de 77.24%. Los 3 factores con la calificación más alta son: Normatividad, Compañerismo y Cumplimiento de Metas.

Los resultados del diagnóstico permiten el establecimiento de planes y programas de acciones de mejora, en la búsqueda constante de distinguir a la empresa por su competitividad y el bienestar de nuestros colaboradores, propiciando un Clima Organizacional sano.

CLIMA ORGANIZACIONAL EN IZZI

La evaluación de clima organizacional se realiza en conjunto con el corporativo de Televisa donde se define la metodología y se les envía la base de datos que se solicita, se aplica la encuesta y se da soporte por el personal de IZZI, al concluir se realizan planes de mejora general a seguir que el área de capacitación complementa y da seguimiento.

En IZZI hemos decidido a transformar nuestra cultura organizacional, por ello, empezamos a alinear esfuerzos con GREAT PLACE TO WORK para obtener lo mejor de nuestro principal activo, nuestros colaboradores.

- Se realizaron 135 grupos focales en los cuales participaron 3026 de colaboradores para el diagnóstico inicial de la cultura actual en IZZI.

- Se definió la Filosofía institucional con Misión, Visión, Valores y Principios

- 39 instructores de capacitación tomaron el curso Train-The-Trainer, TTT (Capacita-al-capacitador) denominado “construye tu excelente lugar para trabajar”, le cual fue impartido por GPTW.

CAPACITACIÓN Y DESARROLLO

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 404-1, GRI 404-2)

La capacitación y desarrollo para Grupo Televisa es un proceso continuo que busca potencializar en los colaboradores sus conocimientos, habilidades y actitudes que les permitan responder a retos actuales y futuros, llevándolos a alcanzar su máximo potencial como profesionales e individuos enfocados a la consecución de los objetivos del negocio.

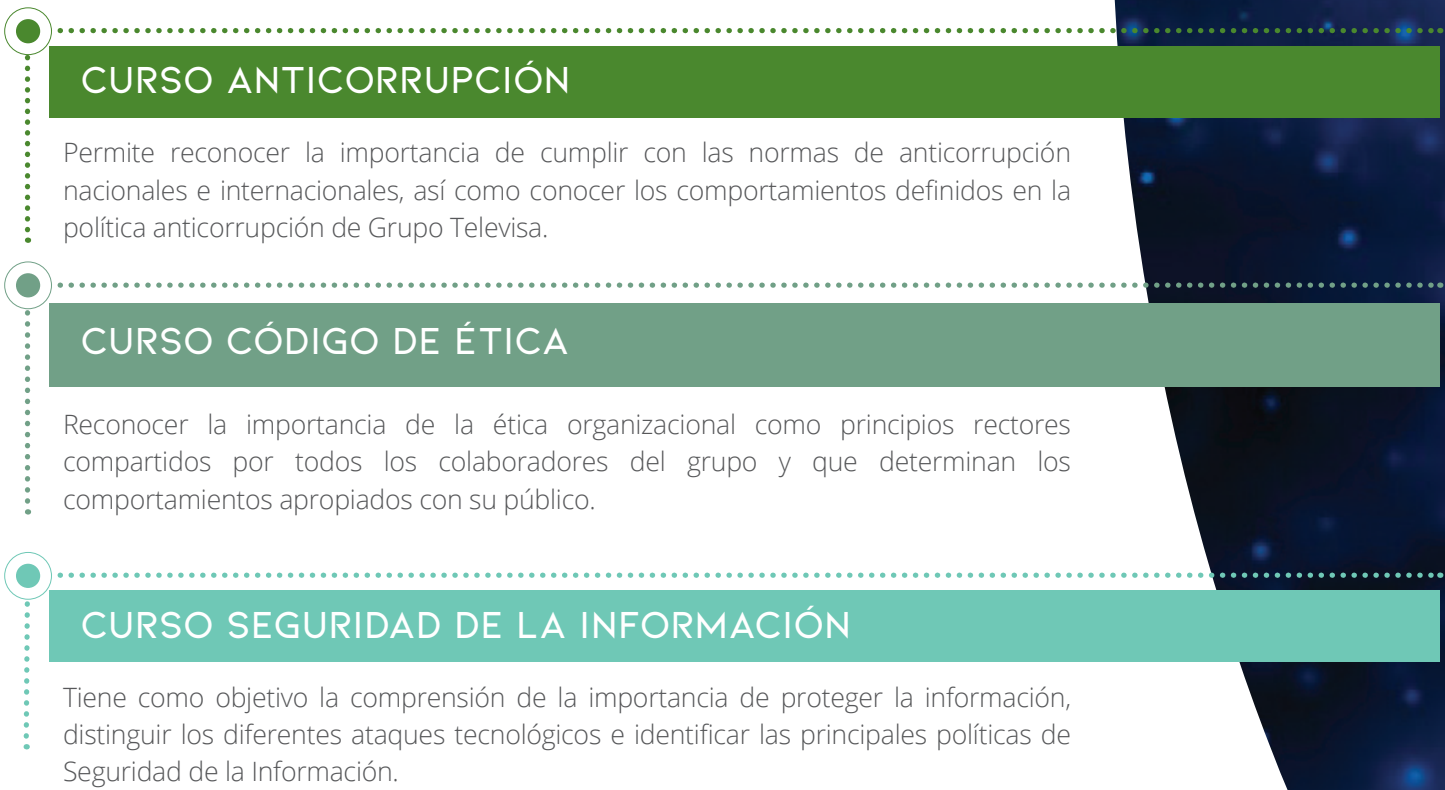
Buscando mantener la vanguardia en nuestro negocio, se capacita al personal en cursos administrativos y técnicos, así como en nuevas tecnologías logrando resultados efectivos en sus puestos de trabajo.

Se ofrece un Programa de Desarrollo Emocional, confidencial y gratuito para empleados y familiares directos tales como padres, hermanos, cónyuge e hijos, con la intención de que los colaboradores mantengan una vida personal satisfactoria y puedan mejorar aspectos personales.

Para promover dentro de la empresa el fortalecimiento de la cultura y permitir una mejor comprensión de la normatividad, cada año los empleados reciben capacitación en temas de Anticorrupción, el conocimiento del Código de Ética y Seguridad de la Información. Es así como podemos dar cumplimiento a cuestiones regulatorias, como la Ley Sarbanes-Oxley.

BUSCA
POTENCIALIZAR EN
LOS COLABORADORES
SUS CONOCIMIENTOS,
HABILIDADES Y
ACTITUDES

Figura 13. Programa de capacitación normativa



Actualmente, contamos con dos políticas que establecen el marco institucional para regular la capacitación de la empresa:

- a) Política de capacitación del personal, y
- b) Política de otorgamiento de becas.

Como resultado de la implementación de nuestro modelo de capacitación en 2018 se obtuvieron los siguientes números:

En 2018, impartimos 16,937 cursos y talleres, con una participación de 210,806 asistentes y un total de 956,641 horas.

Tabla 8. Capacitación de personal, números 2016-2018

AÑO	CURSOS/ TALLERES	ASISTENTES	HORAS	HORAS POR EMPLEADO DE TIEMPO COMPLETO (ETC)
2018	16,937	210,806	956,641	26
2017	2,968	28,575	30,694	5.6
2016	4,853	42,490	45,644	11

Del total de horas de capacitación, 8,248 estuvo relacionado con creación de valor y divulgación. Del total del personal capacitado 13,016 colaboradores participaron en cursos relacionados con cambios tecnológicos en su lugar de trabajo.

Como parte de las iniciativas de capacitación centradas en el fortalecimiento de la diversidad laboral, ofrecimos dos diplomados para favorecer la inclusión laboral, en donde los participantes desarrollan competencias profesionales para diseñar un proyecto de inclusión de acuerdo a las necesidades de la empresa.

En los cursos de normatividad cabe destacar los esfuerzos en la difusión del Código de Ética, teniendo 15,393 personas desglosados de la siguiente forma, 9,610 personas en 1,470 sesiones presenciales y se lanzó la versión on-line teniendo una participación de 5,783 colaboradores. Se impartieron 1,170 sesiones de inducción para nuevos colaboradores, con 8,513 participantes.

Tabla 9. Datos de Capacitación 2018

	NO. CURSOS			NO. PARTS			NO. HRS		
	A/H	T/E	TOTAL	A/H	T/E	TOTAL	A/H	T/E	TOTAL
TOTAL	9,164	7,773	16,937	110,137	100,669	210,806	334,844	621,798	956,641

A/H Administrativo-Humano. T/E Técnico-Específico

Participantes de Capacitación desglosado:

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
TOTAL	140,465	70,341	210,806

	PERMANENTES	TEMPORALES	TOTAL
TOTAL	210,551	255	210,806

	EJECUTIVOS	MANDOS MEDIOS	OPERATIVOS	TOTAL
TOTAL	480	5,881	204,445	210,806

Cursos Normativos:

	ÉTICA	INDUCCIÓN	ANTICORRUPCIÓN
TOTAL	1,471	1,170	636

*Incluye curso on-line.

	ÉTICA			INDUCCIÓN			ANTICORRUPCIÓN		
	Hombre	Mujer	TOTAL	Man	Mujer	TOTAL	Man	Mujer	TOTAL
TOTAL	10,082	5,311	15,393	5,517	2,996	8,513	9,678	5,423	15,101
	65%	35%		65%	35%		64%	36%	

Durante 2019, se desplegará un programa de Desarrollo de Competencias dirigido a 1,500 mandos medios.



Figura 14. Competencias



Con estos esfuerzos, buscamos que nuestros colaboradores sean más competitivos y productivos para desempeñar sus funciones y así contribuir con sus esfuerzos a la consecución de los objetivos de la empresa.

EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA CAPACITACIÓN

- Se harán modificaciones a la Política de Capacitación para indicar a los usuarios que deberán entregar las constancias de participación para poder cerrar su expediente.
- Actualmente, a toda la capacitación corporativa se aplica una evaluación de percepción y de conocimientos.
- La detección de necesidades de capacitación, se realiza con las áreas de forma anual a nivel dirección.

SENSIBILIZACIÓN Y ORIENTACIÓN EN DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Para 2019 se tienen planeadas las siguientes actividades:

- Identificar al personal con discapacidad.
- Realizar plática de sensibilización sobre diversidad o inclusión a nivel dirección.

Realizar una campaña de mailing y wallpaper.



DESEMPEÑO, GESTIÓN Y EVALUACIÓN

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 404-3)

El programa de Evaluación del Desempeño tiene la finalidad de medir el progreso de nuestros colaboradores con base en sus competencias, para identificar fortalezas y áreas de oportunidad y definir así planes de desarrollo organizacional. Durante el 2018, este proceso se aplicó en las unidades de servicio de Televisa a los ejecutivos y mandos medios, con un alcance del 95.7% de los convocados.

El objetivo de la Evaluación del Desempeño es: identificar el talento con alto potencial, mejorar la comunicación entre jefes y subalternos, promover una cultura de alto rendimiento e identificar las brechas de desempeño para optimizar los procesos de atracción y desarrollo de talento.

El Departamento de Desarrollo coordina anualmente la Evaluación del Desempeño, la cual se implementa a través de la plataforma Sistema de Gestión de Recursos Humanos y se basa en un diccionario de competencias institucionales definidas por la Empresa. En el 2018 se evaluaron tres competencias: Adaptabilidad, Impulsar el Logro a Resultados y Enfoque en el Cliente, las cuales se calificaron en la escala de Likert con el siguiente criterio:

- Evaluación del jefe al subalterno y autoevaluación de todos los evaluados.

En el 2018 se evaluó a 1,420 colaboradores no sindicalizados de las subsidiarias de Televisa, distribuidos de la siguiente manera:

- Ejecutivos: 242 (17.04%), y
- Mandos Medios: 1,178 (82.96%)



El programa de Evaluación del Desempeño: se aplica de forma continua y anual, es parte de un esfuerzo de mejora continua, se lleva a cabo de acuerdo con las mejores prácticas y está sujeto a Auditorías internas y externas.

DESEMPEÑO, GESTIÓN Y EVALUACIÓN EN IZZI

En IZZI, se definen los objetivos por cada puesto desde los Vicepresidentes hasta las jefaturas los cuales están alineados con los lineamientos estratégicos de la Compañía, se gestiona la carga de objetivos en el sistema, la evaluación se realiza una vez al año realizando campañas de comunicación y seguimiento para el cumplimiento de la evaluación a nivel Compañía.

Actualmente, se tienen 7 competencias definidas que se evalúan en la escala de Likert.
Porcentaje del total de empleados de IZZI que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y de desarrollo profesional:

EJECUTIVOS: EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO (CADA TRIMESTRE) Y POTENCIAL (ANUAL):

Vicepresidente	4
Director General	12
Director	107
Coordinador	158

NIVEL MEDIO

Gerente	533
Jefe	879
Supervisor	1,348

Empleado sindicalizado: Se aplican evaluaciones de calidad y productividad a todos los técnicos que tienen órdenes de servicio asignadas. Aproximadamente

4,500

Empleado no sindicalizado

3.041

Total mujeres

857

Total hombres

2,187

Logros, objetivos alcanzados ocurridos en el área de evaluación durante 2018:

- Se aplicó la evaluación en sistema al 98% de la población objetivo y se entregaron el 100% de agendas estratégicas evaluadas por cada jefe directo.
- Se estableció la medición trimestral de objetivos de Vicepresidentes, Directores Generales y Directores en el Comité Ejecutivo y se comenzó a considerar a personal de jefatura y supervisores sin que estuviera ligado al pago de bono.



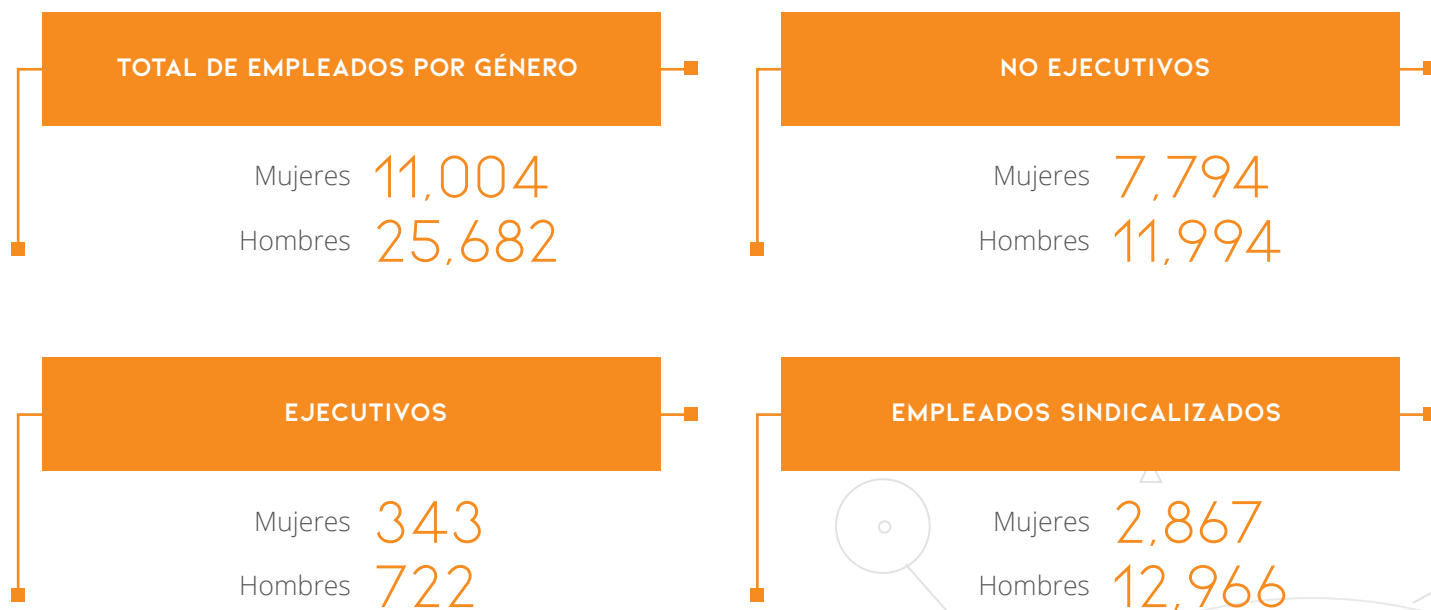
IGUALDAD EN EL TRABAJO

(GRI 405-1, GRI 405-2, GRI 406-1, GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, SASB SV-ME 260a.1)



Grupo Televisa ha sido seleccionada como una de las cuatro empresas mexicanas incluidas en el Índice de Igualdad de Género (GEI, por sus siglas en inglés) de Bloomberg en 2019. Con esto, Bloomberg reconoce el compromiso de Televisa con el avance en la igualdad de género y su esfuerzo continuo para construir una fuerza laboral diversa que promueve una cultura inclusiva. El GEI es un índice de referencia que seleccionó a 230 firmas comprometidas con la transparencia en los informes de género y el avance en la igualdad de género de diez sectores diferentes en 36 países y regiones. Fomentamos la integración de un equipo basado en la igualdad de oportunidades para diferenciarnos como una empresa líder en nuestro sector. Al mantener las operaciones en varios países, nos adaptamos a la cultura diferente en cada ubicación al tiempo que promovemos la diversidad, la inclusión y la igualdad.

Para Grupo Televisa, las condiciones de atracción, retención, salario y compensación no están relacionadas con género, estado civil, religión, raza, clase social, nacionalidad, preferencia política, discapacidad, convicciones personales o etnicidad, entre otras. En esta línea, la distribución de género de Grupo Televisa se muestra a continuación.



En Grupo Televisa, no promovemos una brecha salarial entre hombres y mujeres. Nuestra política de igualdad de oportunidades determina que los salarios se establecen en función del desempeño y la categoría laboral de cada empleado.

- Del 10% de los empleados mejor remunerados de la Compañía, el 29.28% son mujeres.
- El 35.93% de los empleados de la Compañía que trabajan en TI e ingeniería son mujeres.
- El 30.96% de los empleados promovidos en 2018 fueron mujeres.

Promovemos la integración de equipos basados en la igualdad de oportunidades para distinguirnos como una empresa líder en nuestro sector. Al mantener las operaciones en diferentes países, nos adaptamos a la cultura en cada lugar y promovemos la diversidad, la inclusión y la equidad.

INCLUSIÓN EN EL TRABAJO

(GRI 405-1, GRI 405-2, GRI 406-1, GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

Ratificamos nuestro compromiso de aumentar el empleo directo de personas con discapacidades a través de Éntrale, una iniciativa del Consejo Empresarial Mexicano. Esta alianza promueve la implementación y consolidación de programas de inclusión laboral para personas con discapacidades dentro de las organizaciones. Emilio Azcárraga Jean, Presidente Ejecutivo de Consejo de Administración de Grupo Televisa y cofundador de esta valiosa iniciativa, encabeza el movimiento en Grupo Televisa, permitiendo el acceso a la organización a una red de facilitadores de servicios de inclusión, especializados en asesorar a las empresas en el diseño y la implementación de su programa de inclusión laboral para brindar mejores oportunidades para todos.

IZZI OBTIENE RECONOCIMIENTO POR SU COMPROMISO CON LA INCLUSIÓN

En 2018, IZZI obtuvo el reconocimiento de “Prácticas sobresalientes en accesibilidad” por parte de la asociación Movimiento Congruencia, en el evento de Premios Incluye 2018.

- IZZI se adhiere a las Políticas Corporativas de Grupo Televisa sobre Igualdad de oportunidades, así como a sus declaraciones en temas de inclusión y diversidad.
- Se adaptaron 3 nuevas sucursales de atención al cliente con la accesibilidad adecuada para personas con discapacidad, hasta el momento sumamos 7 en la CDMX.
- Derivado de la adaptación de las sucursales se crearon 3 nuevas vacantes para personas con discapacidad, lo cual genera un impacto positivo en grupos en riesgo de vulnerabilidad.





SALUD EN EL TRABAJO

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 403-1, GRI 403-2, GRI 403-3, GRI 403-4)



Dado que los temas relacionados con salud y seguridad ocupacional son temas relevantes para la empresa, continuamente gestionamos, monitoreamos y mejoramos los KPI por sus siglas en inglés (indicadores clave de desempeño), así como iniciativas para reducir los riesgos potenciales en nuestras instalaciones y evitar accidentes, enfermedades y condiciones de trabajo desfavorables.

Para mantener la integridad física de nuestros colaboradores y reducir el número de accidentes, días de incapacidad, enfermedades ocupacionales, la severidad de accidentes, la tasa de ausentismo por accidentes y enfermedades laborales, mantenemos mecanismos constantes de capacitación, comunicación y vigilancia. Los programas de salud y seguridad ocupacional se llevan a cabo en las siguientes unidades de negocio: San Ángel, Chapultepec, Santa Fe, Intermex, Bestel, IZZI, SKY, Televisa Radio, Play City y televisoras regionales.

La seguridad y bienestar de nuestros colaboradores es un asunto relevante para nuestra Compañía. Por

ello, atendemos este tema a través de una estructura corporativa que establece políticas, estrategias, lineamientos y estándares para Grupo Televisa y sus subsidiarias, basadas en leyes, regulaciones y normas oficiales mexicanas, así como en estándares internacionales, implementados localmente por las estructuras formales de cada operación

Nuestro compromiso se basa en el cumplimiento con la Ley Federal del Trabajo, acuerdos sindicales y las normas de salud y seguridad laboral, así como las leyes aplicables en materia de salud y seguridad ocupacional, establecidas por la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS), la Serie de Evaluación de Salud y Seguridad Ocupacional (OHSAS, por sus siglas en inglés), la Asociación Nacional de Protección contra Incendios (NFPA, por sus siglas en Inglés), y el Instituto Nacional de Estándares Americanos (ANSI, por sus siglas en inglés), entre otros

Hemos establecido mecanismos de orientación y quejas sobre el tema de igualdad en condiciones de

salud y seguridad ocupacional. Este mecanismo se maneja a través de una cuenta de correo electrónico del Área de Seguridad Industrial y Protección Civil. Cualquier colaborador de la Compañía puede enviar un correo electrónico a la cuenta carete@televisa.com.mx, a través del cual, un administrador recibe, canaliza quejas y solicitudes de orientación y da seguimiento a los correos, hasta que queden resueltos.

En 2018, se realizaron las siguientes inversiones para aumentar el bienestar y, la salud y seguridad de los trabajadores en nuestras instalaciones y sedes

Tabla 10. Inversiones en instalaciones y sedes para aumentar el bienestar, salud y seguridad de nuestros trabajadores en 2018

TEMA	DESCRIPCIÓN	ANTES	DESPUÉS
MEJORAS A LA LUZ	Ajustamos los edificios para mejorar la iluminación, ofreciendo nuevas tecnologías en iluminación LED, para ahorrar en el consumo eléctrico del edificio.		
MEJORES PARA TENER LUZ NATURAL	Se hicieron mejoras para mantener el confort de temperatura del edificio, para una mejor calidad de temperatura, iluminación y confort, para reducir el costo de energía en los equipos de aire acondicionado.		
ESPACIOS ERGONÓMICOS	Se realizaron mejoras en varios pisos y edificios de nuestra sede corporativa en Santa Fe, optimizando la distribución de los escritorios, distribuyendo de manera eficiente las áreas de trabajo y optimizando la iluminación, el aire acondicionado y la señal de Wi-Fi.		



TEMA	DESCRIPCIÓN	ANTES	DESPUÉS
------	-------------	-------	---------

RUIDO

Se instaló un aislante en las plantas de emergencia, reduciendo el nivel de ruido de 89 db a 72 db.



CALIDAD DEL AIRE

Se instalaron lámparas con irradiación germicida (UVC) para mejorar la calidad del aire dentro de los edificios y eliminar la carga bacteriana del aire. La irradiación ultravioleta es capaz de eliminar los microorganismos del aire.



TEMPERATURA

Se les dio mantenimiento a las torres de enfriamiento para mejorar el enfriamiento de agua caliente en el sistema de aire acondicionado, optimizando la reutilización de agua para este proceso y enfriarlo en menos tiempo.



SEGURIDAD EN EL TRABAJO EN NUESTRAS INSTALACIONES

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 403-1, GRI 403-2, GRI 403-3, GRI 403-4)



El Comité interno de seguridad y protección civil y la Comisión de salud y seguridad supervisa las operaciones y tienen el objetivo de cumplir con nuestra política interna de salud, que promueve el bienestar físico, mental y social de nuestros colaboradores, como parte de nuestro sentido de responsabilidad integral. Además de estas responsabilidades, sus funciones principales son:

- Desarrollo y regulación de estrategias corporativas de cumplimiento legal, prevención de accidentes y/o enfermedades.

- Cumplimiento con la regulación aplicable.
- Diseño y desarrollo de políticas, lineamientos y estándares institucionales.
- Gestión de los recursos humanos y financieros del área.
- Apoyo de las áreas de operación en la planeación y ejecución de acciones preventivas y correctivas.
- Coordinación, control y supervisión de las funciones y actividades de proveedores.
- Diseño de contenidos y lineamientos para la comunicación institucional.

- Evaluación de riesgos y oportunidades de mejora.
- Gestión y control de programas de protección civil.
- Asegurar la implementación de las estrategias corporativas en la operación.
- Auditar y monitorear los programas preventivos establecidos.
- Asegurar la integración y funcionamiento del Comité interno de seguridad y protección civil y de la Comisión de seguridad e higiene.
- Verificar los programas para la atención a accidentes, morbilidad y otros programas establecidos.
- Asegurar la ejecución parcial y general de simulacros en las instalaciones.
- Garantizar la capacitación en temas de higiene, seguridad industrial y protección civil.

Nuestro Comité está enfocado en minimizar y eliminar riesgos para nuestros empleados en las instalaciones de Grupo Televisa y sus subsidiarias, relacionados con higiene, seguridad industrial, protección civil y salud. Nuestras instalaciones están sujetas a Auditorías periódicas con el objetivo de mantener la integridad física de los empleados, mejorar las condiciones de seguridad, apoyar los indicadores financieros de la Compañía, fortalecer el cumplimiento institucional de la regulación, cubrir las necesidades y expectativas de las diversas operaciones e implementar prácticas globales en las capacitaciones de seguridad.

Además de lo anterior, los foros, locaciones y almacenes cuentan con los sistemas de seguridad, estándares y mecanismos requeridos por nuestro Departamento de Seguridad e Higiene Industrial y protección civil, tales como sistemas de protección contra incendios, hidrantes y extintores, detectores de humo, sistemas de monitoreo y alarma contra incendios, así como libre circulación en pasillos, plataformas y almacenes, por mencionar algunos.

El personal que trabaja en los almacenes cuenta con el equipo de protección requerido, tales como botas, guantes, fajas y cascos. Dentro de las instalaciones, se les provee de lentes y máscaras de protección contra materiales tóxicos. Contamos con medidas específicas, como cortinas de agua en el taller de barniz de muebles, que ayudan a mitigar el impacto de los solventes en nuestros colaboradores.

El personal de los foros que opera en la altura cuenta con líneas de vida y puntos de anclaje para evitar caídas e incrementar su seguridad además personal del área de Seguridad e Higiene Industrial y Protección Civil cuenta con una certificación a nivel internacional emitida por IRATA – INTERNATIONAL, lo cual nos ha permitido promover y desarrollar sistemas internos de seguridad con la finalidad de trabajar de forma más segura y eficaz en alturas.

Hemos identificado condiciones médicas y enfermedades crónicas en nuestro personal técnico y de las áreas de producción. El servicio médico de la Compañía y el departamento de Recursos Humanos compara estas condiciones con el historial médico de los empleados.

Con base en esto, ha creado un protocolo para emergencias médicas en nuestras instalaciones y locaciones. Contamos con un proceso de categorización del personal de las áreas de producción y se han identificado las medidas que deben implementarse de acuerdo con su condición médica.

Además, contratamos consultores especializados que realizan reportes de cálculo para la construcción de sets fijos, garantizando la seguridad de los actores y del personal técnico y de producción.



ENFOCADO
EN MINIMIZAR
Y ELIMINAR
RIESGOS

Dentro de nuestras instalaciones y foros con mayor operación, hay una ambulancia ubicada en un punto estratégico, garantizando el movimiento y transporte adecuado de nuestro personal en caso de ser necesario. En esa misma línea, Grupo Televisa demuestra su compromiso con la salud y seguridad de sus colaboradores a través de la política de “Cuidado médico y traslado de personal lesionado”, mediante la cual nuestros empleados conocen e implementan el protocolo para atender a personas lesionadas dentro de nuestras instalaciones y, en caso de ser necesario, trasladarlas a una unidad médica.

En 2018, se fortaleció la concientización en temas de salud y seguridad, mediante los siguientes cursos:

- NOM-009-STPS-2011, Condiciones de Seguridad para Realizar Trabajos en Altura.
- NOM-017-STPS-2008, Equipo de Protección Personal, Selección, Uso y Manejo en los Centros de Trabajo
- NOM-018-STPS-2015 Sistema Armonizado para la Identificación y Comunicación de Peligros y Riesgos por Sustancias Químicas Peligrosas en los Centros de Trabajo.

– NOM-019-STPS-2011 Constitución, Integración, Organización y Funcionamiento de las Comisiones de Seguridad E Higiene

- Prevención y atención de derrames de sustancias químicas peligrosas
- Protocolos de Emergencia.
- Uso y Manejo de Estaciones Manuales
- Uso y manejo de Extintores e Hidrantes
- Formación de Brigadas
- Capacitación de Trabajos en altura
- Curso Multidisciplinario Protección Civil
- Sistema de extinción de incendios ENERGEN.
- Soporte Básico de Vida
- Evacuación y Comunicación
- Combate contra Incendio en campo
- Seguridad Estructural y Evaluación de Daños.
- Búsqueda y Rescate
- Acceso por Cuerdas en Alturas
- Rescate en Alturas
- Brigadas de Emergencia
- Primeros Auxilios
- Simulacros
- Manejo de Materiales Peligrosos
- Medidas Preventivas de Incendio por Riesgo Eléctrico
- Señalización
- Medidas Preventivas de Gas LP
- Uso de Equipo de Protección Personal
- Nutrición





Como parte de las iniciativas de seguridad, salud y bienestar promovidas en 2018, sobresalen las siguientes;

SEMANA DE PROTECCIÓN CIVIL.

Se promovió la participación de los empleados y personal de brigada en las instalaciones más importantes como San Ángel, Chapultepec y Santa Fe. Se llevó a cabo un recorrido con un robot interactivo en todas las áreas, se generaron invitaciones personalizadas para formar parte de las brigadas, se proporcionaron entrenamientos exprés en primeros auxilios y combate contra incendios y los brigadistas realizaron una presentación al personal para demostrar su conocimiento. (Gráfica 35).

ÁREA SEGURA PARA PERSONAL CON DISCAPACIDAD

Se realizó un mapeo del personal con discapacidad en nuestras principales instalaciones (Santa Fe, San Ángel y Chapultepec). También, se realizó un análisis de compatibilidad puesto-persona para obtener información que ayude a mejorar las condiciones para este grupo en el futuro.

NOM-018-STPS-2015

Sistema armonizado para la identificación y comunicación de peligros y riesgos por sustancias químicas peligrosas. Se realizaron análisis e identificación de peligros y riesgos en base a norma, de cada sustancia dentro de las instalaciones y de acuerdo a las hojas de seguridad, para el nuevo etiquetado de sustancias. Se dio capacitación y se realizaron recomendaciones a las áreas con este tipo de sustancias para la implementación del sistema.

IMPLEMENTACIÓN DE ESTÁNDAR DE TRABAJO SEGURO EN ALTURAS

Se ha incrementado la seguridad del personal interno y externo que trabaja en alturas mediante el establecimiento, capacitación y seguimiento de lineamientos seguros de

operación en alturas, que permita mejorar las prácticas seguras y generar una cultura formadora de hábitos de prevención basado en el autocuidado.

VIDA SANA

Promoción de la salud fomentada a través de diversos medios, como los siguientes:

- Iniciativa de vida saludable: Plataforma que busca comunicar y promover aspectos de salud como autocuidado y calidad de vida. Se utiliza para divulgar información sobre temas útiles relacionados con el estilo de vida. La comunicación se realiza a través de intranet, artículos en revistas digitales de la Compañía y tableros electrónicos.

- Clínica de sobrepeso y dislipidemias. Iniciativa que consiste en consultas preventivas con un profesional y revisiones generales de salud, con el objetivo de prevenir patologías asociadas al estilo de vida y la dieta, además de detectar enfermedades a través de una evaluación médica profesional.

- Jornadas de salud. Iniciativa que busca acercar recursos de salud públicos y privados, con el fin de detectar oportunamente patologías y enfermedades del sistema inmune.

- Programa de desarrollo humano. Iniciativa que apoya y gestiona las diferentes opciones enfocadas en temas psicológicos, a través de alianzas con clínicas especializadas.

Además de lo anterior, todos los proveedores que realizan trabajos especializados dentro de las instalaciones deben contar con las autorizaciones y equipo básico de protección personal requerido por nuestro Departamento de Seguridad Industrial y Protección Civil. Todo nuestro personal interno cuenta con el equipo de seguridad.

No hubo muertes por accidentes, ni por enfermedad laboral 2018.

Tabla 11. 2018 Datos Seguridad e higiene

2018	NÚMERO DE ACCIDENTES OCURRIDOS:	NÚMERO DE TRABAJADORES EXPUESTOS:	TASA DE ABSTENCIONISMO (%)	NÚMERO DE DÍAS PERDIDOS:
HOMBRES	187	25,268	0.07	4,418
MUJERES	64	10,670	0.06	1,701
TOTAL	251	35,938	0.07	6,119

ÍNDICE DE FRECUENCIA			
Año	Hombres	Mujeres	Total
2015	1.95	3.72	2.45
2016	4.26	2.00	3.58
2017	7.29	4.31	6.42
2018	3.58	2.90	3.38

ÍNDICE DE GRAVEDAD			
Año	Hombres	Mujeres	Total
2015	0.09	0.11	0.10
2016	0.09	0.02	0.07
2017	0.15	0.07	0.13
2018	0.08	0.08	0.08

En Grupo Televisa, ha sido posible reducir los índices de frecuencia de accidentes ocurridos hasta un 48% y los índices de gravedad hasta un 38%.

ESTADIO AZTECA: LA SEGURIDAD DE LOS ASISTENTES, NUESTRA PRIORIDAD

El Estadio Azteca es uno de los estadios más grandes de América, con una capacidad de 84,500 personas¹⁰. Fue inaugurado en 1966 y es considerado uno de los estadios más icónicos del país. Ahí se han celebrado grandes eventos deportivos, como los XIX Juegos Olímpicos, la IX y XIII Copas Mundiales de Fútbol, el Juego del Siglo y diversos encuentros de la National Football League (NFL); se han presentado íconos musicales como Elton John, Michael Jackson y U2 y en 1999 el Papa Juan Pablo II realizó ahí una misa. Siempre ha sido propiedad de Grupo Televisa.

Somos conscientes de que los cientos de miles de personas que visitan nuestro estadio implican una gran

responsabilidad. Por ello, contamos con un programa de seguridad y protección civil, mediante el cual buscamos salvaguardar la vida e integridad de cada uno de ellos. Antes de cada evento, se realizan las siguientes acciones:

- Inspección por parte de las autoridades de Seguridad pública y protección civil.
- Establecimiento de un plan de logística y emergencia.
- Coordinación de las actividades de las autoridades, tales como protección civil, seguridad pública, bomberos, inspectores de comercio y espectáculos, servicios médicos y seguridad privada, entre otros.
- Establecimiento y señalización de puntos de reunión en caso de emergencia.
- Instalación de anillos de seguridad: el primero en la entrada de la ciudad, el segundo a una distancia mínima de 500 metros del estadio y el tercero justo en la entrada del estadio.

Además, capacitamos constantemente a nuestros

¹⁰ Fuente: <https://www.estadioazteca.com.mx/linea-del-tiempo/>
<http://ligamx.net/cancha/reglamentos>

cuerpos de seguridad privada para que estén certificados por las autoridades competentes, lo cual es indispensable para que puedan ejercer su cargo.

Si bien mantenemos un estricto control de seguridad durante el evento, nuestro enfoque está en la prevención y mitigación de riesgos. Constantemente realizamos Auditorías internas en seguridad, tanto al personal interno y externo, como a las instalaciones, para cumplir con la normatividad aplicable.

Como parte de nuestro compromiso con la seguridad y con el ánimo de colaborar de manera cercana con las autoridades, firmamos nuestra adhesión al Manual de seguridad "Estadio Seguro", coordinado por las autoridades de seguridad pública y protección civil, los directores de seguridad de los estadios, elementos de seguridad privada y la LIGA MX / ASCENSO MX, para los partidos de fútbol profesional que se celebren en territorio nacional, el cual se presentó públicamente en el 2015 en el Estadio Azteca.





RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL

(GRI 102-11)



Estamos comprometidos con el cuidado de nuestro planeta, no solo comunicando la importancia del medioambiente para el desarrollo sostenible de la sociedad, sino también implementando acciones sólidas sostenibles a través de nuestros Sistemas de gestión ambiental (SGA), a nivel operacional.

COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD

El desarrollo sostenible es, y seguirá siendo, parte de nuestra oferta y estrategia comercial para continuar cumpliendo con las expectativas de nuestros accionistas y creando valor agregado. Como parte de nuestro compromiso, contamos con un encargado de los temas de sostenibilidad y con una estructura de gobierno que comprende a ejecutivos de alto nivel y consultores independientes. Entre otras cosas, nos hemos enfocado en analizar las emisiones del efecto invernadero, establecer metas de reducción, cumplir con la Ley General de Cambio Climático y crear y fortalecer alianzas con generadores de energía renovable.

Nuestros logros en temas medioambientales son el resultado de una constante revisión y mejora de nuestras políticas, procedimientos y planes internos respecto a la sostenibilidad, nuestro énfasis en la relevancia de la sostenibilidad como eje crucial de trabajo de nuestros comités y grupos directivos y el establecimiento de indicadores sociales, económicos y laborales, lo cual nos permite evaluar nuestro impacto interno y externo.

Desarrollamos e implementamos programas de eficiencia energética, así como otros programas para reducir el consumo de agua y la generación de residuos. Algunas de nuestras principales iniciativas voluntarias y certificaciones ambientales se mencionan en la siguiente tabla.



Tabla 12. Iniciativas ambientales voluntarias y certificaciones

INICIATIVAS EXTERNAS - TELEvisa				
PRINCIPIO/CARTA/ INICIATIVA/ CERTIFICACIÓN	INSTITUCIÓN QUE LA EMITE	BREVE DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN / INSTALACIÓN TELEvisa	SITIO WEB (SI APLICA)
ISO-14001:2015	Sociedad Internacional de Evaluación y Gestión, .S.C. (SIGE)	Transición de Certificación del SGA	Santa Fe, San Ángel y Centro de Acopio	https://www.sige.org.mx/
CALIDAD AMBIENTAL	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)	Evaluación y certificación del desempeño ambiental y cumplimiento de la normatividad de la Empresa	Santa Fe, San Ángel, Centro de Acopio, Chapultepec y Distribuidora Intermex	http://www.gob.mx/semarnat
CUMPLIMIENTO AMBIENTAL	Secretaría del Medio Ambiente (SEDEMA- CDMX)	Evaluación y certificación de un desempeño ambiental superior al solicitado por la normatividad local vigente	Santa Fe, San Ángel, Centro de Acopio, Chapultepec y Distribuidora Intermex	http://www.sedema.cdmx.gob.mx/
EDIFICACIÓN SUSTENTABLE	Secretaría del Medio Ambiente (SEDEMA- CDMX)	Evaluación y certificación de sustentabilidad y eficiencia ambiental en edificaciones	Estadio Azteca y Teatro Insurgentes	http://www.sedema.cdmx.gob.mx/
CDP	Carbon Disclosure Project (CDP)	Divulgación de información del impacto de la empresa en el medioambiente	Grupo Televisa con información en materia de agua y emisiones	https://www.cdp.net



INICIATIVAS EXTERNAS - TELEVISÁ				
PRINCIPIO/CARTA/ INICIATIVA/ CERTIFICACIÓN	INSTITUCIÓN QUE LA EMITE	BREVE DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN / INSTALACIÓN TELEVISÁ	SITIO WEB (SI APLICA)
PACTO MUNDIAL (ONU)	Organización de las Naciones Unidas (ONU)	Promover principios sociales, ambientales y de sustentabilidad de carácter universal en el sector empresarial	Grupo Televisa con información en materia de derechos humanos, relaciones laborales, medio ambiente y corrupción	https://www.unglobalcompact.org/
HUELLA DE CARBONO	Internamente	Emisiones de la Empresa al medio ambiente por operación	Grupo Televisa con información en materia de agua, energía y emisiones	
REPORTE DE EMISIONES (RENE)	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)	Emisiones de CO ₂ e de instalaciones que excedan el máximo requerido por la norma (voluntario)	Grupo Televisa con información en materia de emisiones (Reportan Televisa y Televimex)	http://www.gob.mx/semarnat

Tenemos metas y objetivos que nos ayudan a evaluar el avance de nuestros principales programas medioambientales, tales como reciclaje de residuos (incluyendo residuos peligrosos y manejo de residuos especiales), capacitación interna en temas medioambientales y reducción del consumo de electricidad. Este año, nuestra medición, cobertura y consistencia mejoraron en comparación con años anteriores.

La información del análisis ambiental contenido en este capítulo excede el 50% del total de las entidades e instalaciones que conforman a Grupo Televisa. Los indicadores de emisiones, energía y agua incluyen más del 70% de las Compañías de Grupo Televisa¹¹; la selección de esas Compañías se basó en el principio de materialidad. Respecto a la generación de residuos, las entidades e instalaciones consideradas fueron Televisa, S.A. de C.V. (San Ángel, Centro de acopio, Santa Fe y Chapultepec), Altavista Sur Inmobiliaria, S.A. de C.V. (Rojo Gómez) y Fútbol del Distrito Federal, S.A. de C.V. (Estadio Azteca).



¹¹ La tasa de cobertura estimó a 127 empresas de Grupo Televisa. Esta estimación se calcula en base al promedio de tres aspectos ambientales.



POLÍTICA DE GESTIÓN AMBIENTAL

Las operaciones de Grupo Televisa están alineadas con estándares medioambientales internacionales y de mejores prácticas en la industria. En 2018, nuevamente obtuvimos la certificación de la norma actualizada ISO 14001: 2015, en tres de nuestras instalaciones. Sabemos que los programas medioambientales tienden hacia un marco más integral, centrado en la inclusión de los grupos de interés, así como de programas de capacitación, concientización y fortalecimiento de competencias. La migración a la nueva versión de esta norma internacional tiene como objetivo mejorar nuestro desempeño medioambiental y preservar los recursos naturales de manera más eficiente.

Operamos con base en una política medioambiental interna alineada a la norma mexicana¹² NMX-SAA-14001-IMNC-2015, la cual aborda los requisitos de los sistemas de gestión medioambiental. Dicha política considera tres puntos principales: (i) requisitos legales nacionales, estatales y locales; (ii) programa de capacitación para colaboradores; y (iii) establecimiento de responsabilidades y acciones correctivas y preventivas. La siguiente tabla muestra algunos de los requisitos generales de nuestro Sistema de gestión ambiental.

Tabla 13. Algunos de los requerimientos de nuestro Sistema de gestión ambiental

NOMBRE	PROPÓSITO	ASPECTOS GENERALES
MATRIZ DE REQUERIMIENTOS LEGALES	Identificar y actualizar los requerimientos legales internos y externos sobre el impacto ambiental, así como establecer registros electrónicos de las leyes, regulaciones y normas.	La matriz incluye información general sobre los requerimientos específicos del gobierno federal o local, actividades impactadas, tiempos de respuesta requeridos y responsable dentro de Grupo Televisa.
CAPACITACIÓN	Implementar actividades para incrementar la conciencia medioambiental y capacitar a las personas que realizan trabajos medioambientales críticos en sus operaciones.	El programa de capacitación involucra a las áreas de medioambiente y recursos humanos y atiende temas como respuesta a emergencias, habilidades y competencias y necesidades específicas que requieren capacitación adicional.
ACCIONES CORRECTIVAS Y PREVENTIVAS	Define las responsabilidades para investigar, implementar y confirmar la efectividad de acciones preventivas y correctivas respecto a un incumplimiento potencial o real.	Si se detecta un incumplimiento, se procede a analizar el evento, formando un grupo de trabajo para identificar la causa, subsanar el incumplimiento y definir las consecuencias.

¹²Norma Mexicana de Sistema de Gestión Ambiental.

RESPONSABLES DEL SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

1. Comité responsable de la toma de decisiones del SGA: encargado de dar seguimiento a las actividades y asignar los recursos económicos y humanos necesarios.

Áreas de apoyo:

2. Director responsable del SGA: es responsable de revisar y aprobar los aspectos medioambientales de cada área en el formato de diagnóstico.

3. Supervisor responsable del SGA: es responsable de realizar la revisión en sitio y verificar los procesos

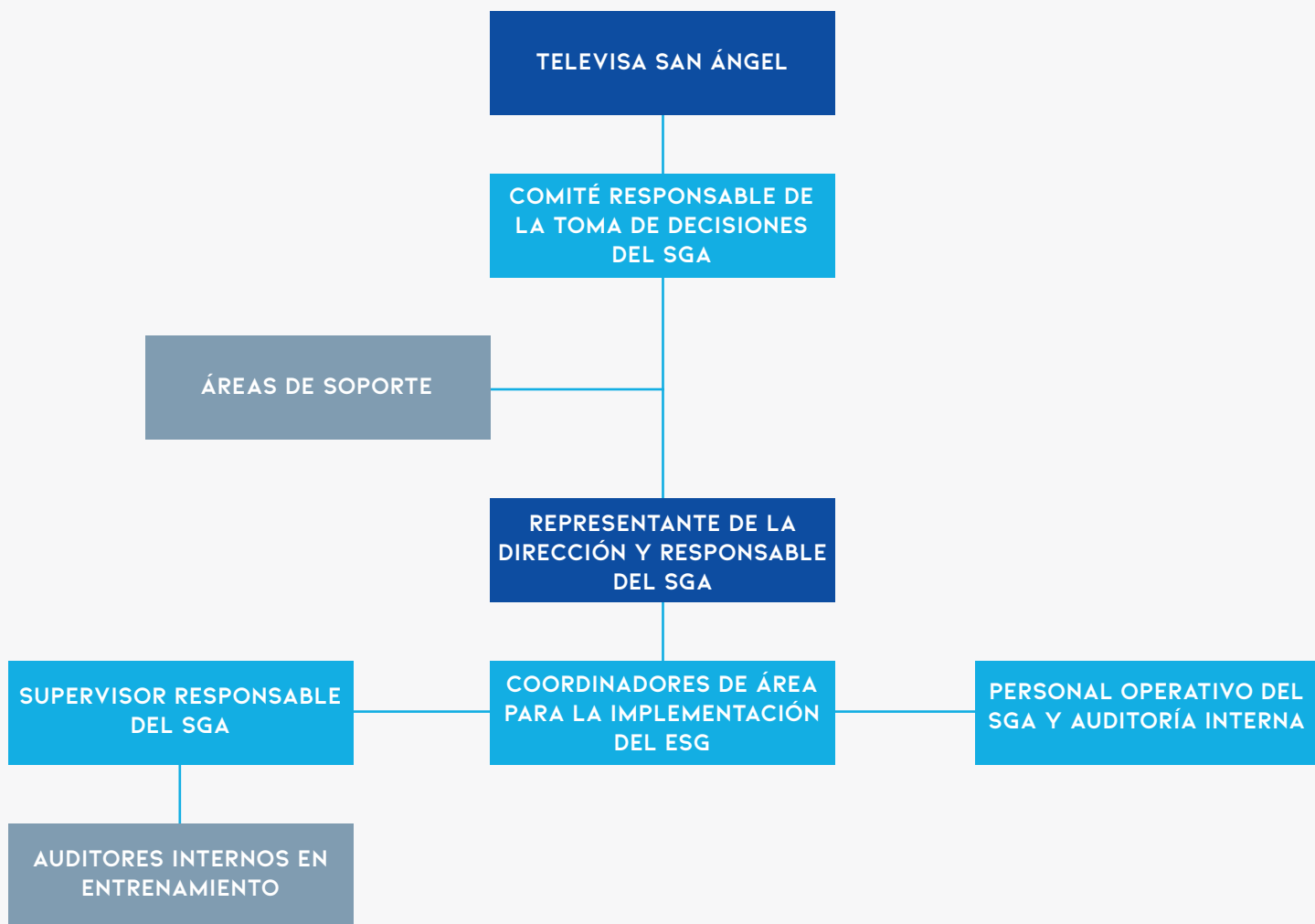
de documentación del SGA, así como coordinar las actualizaciones al SGA.

4. Coordinadores para implementar del SGA: son responsables de participar en las actividades de su área e identificar los datos de entradas y salidas de los procesos.

5. Personal operativo del SGA y Auditoría interna: es responsable de realizar y supervisar el desarrollo del proceso de Auditoría.

6. Auditores internos en entrenamiento: son responsables de participar parcialmente en las Auditorías, incluyendo la revisión y recolección de evidencia.

Figura 15. Diagrama organizacional del SGA



CERTIFICACIONES EXTERNAS

(GRI 102-12)

Como resultado de nuestro cumplimiento con las normas internacionales y nacionales, varias de nuestras instalaciones han recibido el Certificado de Calidad Ambiental emitido por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) y la Procuraduría Federal de Protección Ambiental (PROFEPA).

Tabla 14. Certificaciones medioambientales

INSTALACIÓN	SEDEMA			
	NUEVAS CERTIFICACIONES	FECHA OBTENCIÓN Y NO. REGISTRO	REVISIÓN ANUAL	FECHA VENCIMIENTO
SAN ÁNGEL	Cambio a edificaciones sustentables	Certificado, dictamen revalidación aceptada 19 abril 2017 (registro R1EMO13-038110-SE15, SEDEMA-PAA-023/2017)	Vencimiento abril 2019	Se realizó en noviembre 2018, pendiente de respuesta para entrega informe Sedema
CENTRO DE ACOPIO	Cambio a edificaciones sustentables	Certificado, dictamen revalidación aceptada 19 abril 2017 (registro R1EMO02-043305-IN16, SEDEMA-PAA-023/2017)	Vencimiento abril 2019	Se realizó en noviembre 2018, pendiente de respuesta para entrega informe Sedema
SANTA FE	Cambio a edificaciones sustentables	Certificado, dictamen revalidación aceptada 19 abril 2017 (registro R1EMO12-043204-IN16SEDEMA-PAA-021/2017)	Vencimiento abril 2019	Se realizó en noviembre 2018, pendiente de respuesta para entrega informe Sedema

SEDEMA

INSTALACIÓN

NUEVAS CERTIFICACIONES

FECHA OBTENCIÓN Y NO. REGISTRO

REVISIÓN ANUAL

FECHA VENCIMIENTO

DISTRIBUIDORA INTERMEX/ GONARMEX

Se programa para
mayo 2019

ESTADIO AZTECA

Ma-07/150416-
dsedema-29/011215
con fecha de oficio
de notificación 12
diciembre 2016,
certificado mayo 2017

Revisión anual
octubre - diciembre
2019

Se entregó informe
recertificación diciembre
2018 pendiente de
respuesta Sedema

TEATRO INSURGENTES

Registro 01edo18-
003010-et16, sedema-
paa-086/2018

Revisión anual
septiembre 2019

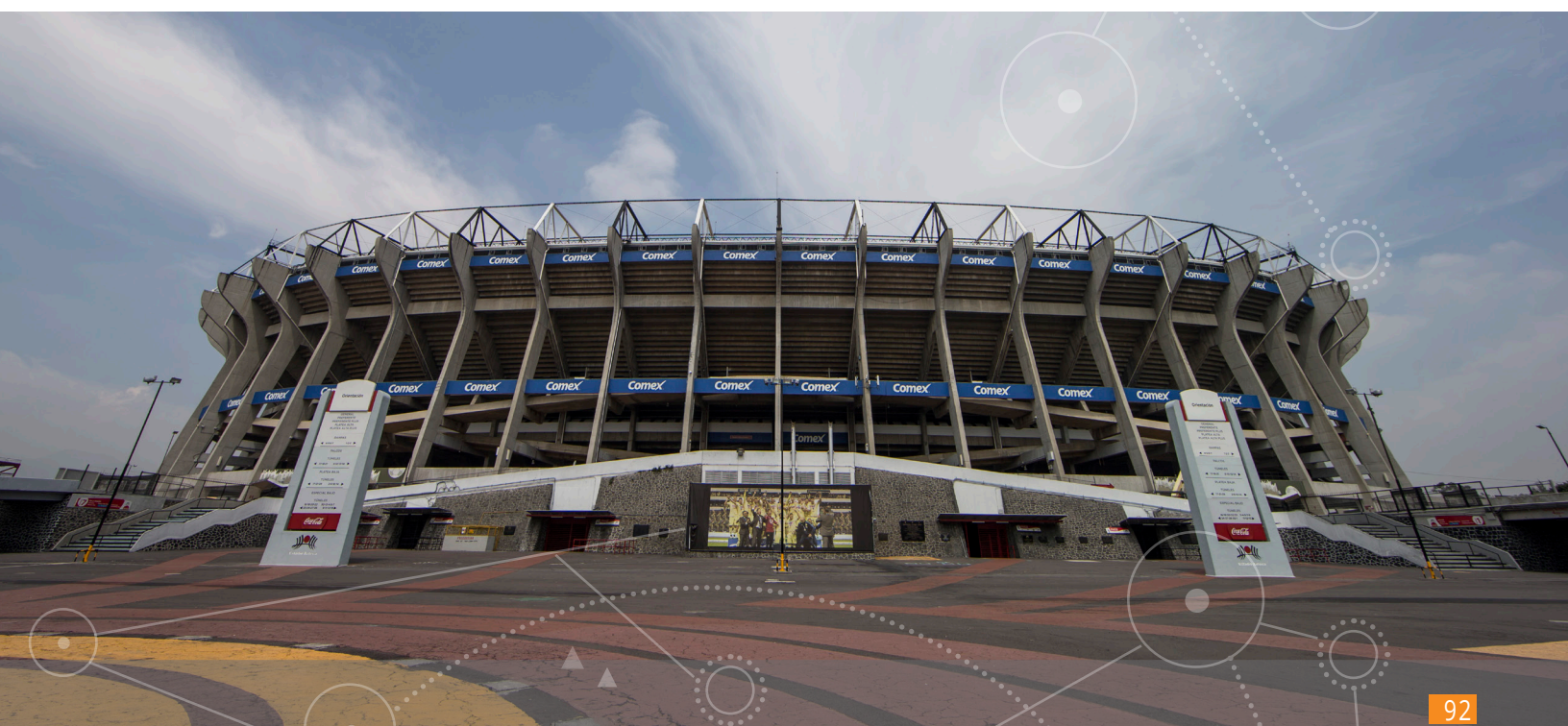
22 noviembre 2018 a 22
noviembre 2020

CLUB AMERICA

Se programa para
agosto 2019

ROJO GOMEZ

Se realizó en noviembre
2018, pendiente de
respuesta para entrega
informe Sedema



INSTALACIÓN	PROFEPA			
	NUEVAS CERTIFICACIONES	FECHA OBTENCIÓN Y NO. REGISTRO	RECERTIFICACIÓN	FECHA VENCIMIENTO
SAN ÁNGEL		RC915644 30 octubre 2018	Junio 2020	Noviembre 2020
CENTRO DE ACOPIO		RC915416,29 Agosto 2018	Junio 2020	Septiembre 2020
SANTA FE		RC41404, 24 Octubre 2017	Julio 2019	Noviembre 2019
DISTRIBUIDORA INTERMEX/ GONARMEX	Se programa para mayo 2019			
ESTADIO AZTECA	Se programa para julio 2019			
ROJO GOMEZ	Se programa para junio 2019			

SGA ISO 14001			
INSTALACIÓN	FECHA OBTENCIÓN Y NO. REGISTRO	REVISIÓN ANUAL	FECHA VENCIMIENTO
SAN ÁNGEL	SGA2018-006, 12 septiembre 2018, certificado original 29 octubre 2015	Septiembre 2019	11 septiembre 2021
CENTRO DE ACOPIO	SGA2018-004, 12 septiembre 2018, certificado original 29 octubre 2015	Septiembre 2019	11 septiembre 2021
SANTA FE	SGA2018-005, 12 septiembre 2018, certificado original 29 octubre 2015	Septiembre 2019	11 septiembre 2021
DISTRIBUIDORA INTERMEX/ GONARMEX	Se programa para octubre 2019		
ROJO GOMEZ	Se programa para octubre 2019		

Tabla 15. Costos de las certificaciones medioambientales

COSTOS CERTIFICACIONES INSTALACIONES PARA 2018 (PESOS MEXICANOS)			
INSTALACIÓN	SEDEMA	PROFEPA	SGA ISO 14001
CLUB AMERICA	596,000.00	Para 2019	Para 2019
INTERMEX	180,000.00	137,500.00	67,945.00
			TOTAL: 981,445.00

COSTOS DE RE-CERTIFICACIONES DE INSTALACIONES CERTIFICADAS			
INSTALACIÓN	SEDEMA	PROFEPA	SGA ISO 14001
SAN ÁNGEL	Para 2019	179,300.00	65,666.67
CENTRO DE ACOPIO	Para 2019	150,700.00	56,666.67
SANTA FE	Para 2019	En Proceso	57,666.67
ESTADIO AZTECA	697,000.00	Para 2019	Para 2019
TEATRO INSURGENTES	60,700.00	Para 2019	Para 2019
			TOTAL: 1,267,700.01

Tabla 16. Gastos e inversiones para la protección del medio ambiente (G4-EN31)

GASTOS E INVERSIONES PARA LA PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE		
TIPO DE COSTO	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	MONTO, MILES DE PESOS MEXICANOS
TRATAMIENTO DE RESIDUOS	Retiro y destrucción de residuos peligrosos	307.9
AGUA	Análisis de agua potable, residual y emisiones a la atmósfera, CRIT	2,000
AUDITORÍAS AMBIENTALES	Auditorías SEDEMA y PROFEPA	285.7
AUDITORÍAS AMBIENTALES	Auditorías ISO-14001	110
AUDITORÍAS AMBIENTALES	Auditorías SEDEMA (Sustentabilidad)	317

NOTA: El tratamiento de residuos incluye la compra de tambores y no incluye las baterías que están dentro del Programa de Reciclaje, así como la pintura vinílica que se destina a donación.

CONSUMO EFICIENTE DE ENERGÍA

(GRI 302-1, GRI 302-2, GRI 302-3, GRI 302-4, GRI 302-5)

La energía es una de nuestras principales fuentes de impacto ambiental, por lo que monitoreamos el consumo de combustible y electricidad de la Compañía y sus subsidiarias. El combustible utilizado proviene de las siguientes fuentes: gasolina, diésel, gas natural y gas LP. La gasolina se usa en el transporte del personal a las instalaciones de Santa Fe, San Ángel y Chapultepec; el diésel, en generadores de plantas de emergencia y otros servicios; el gas natural, en maquinaria como estufas, hornos y calentadores y el gas LP; en el comedor de los colaboradores, principalmente. Las siguientes figuras muestran la variación del consumo de combustible para 2015-2018.

Figura 17. Diesel, en litros

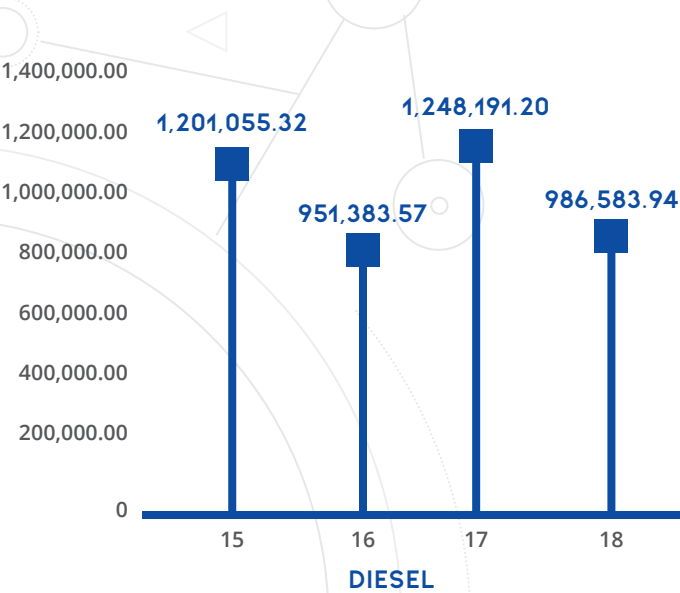


Figura 16. Gasolina, en litros

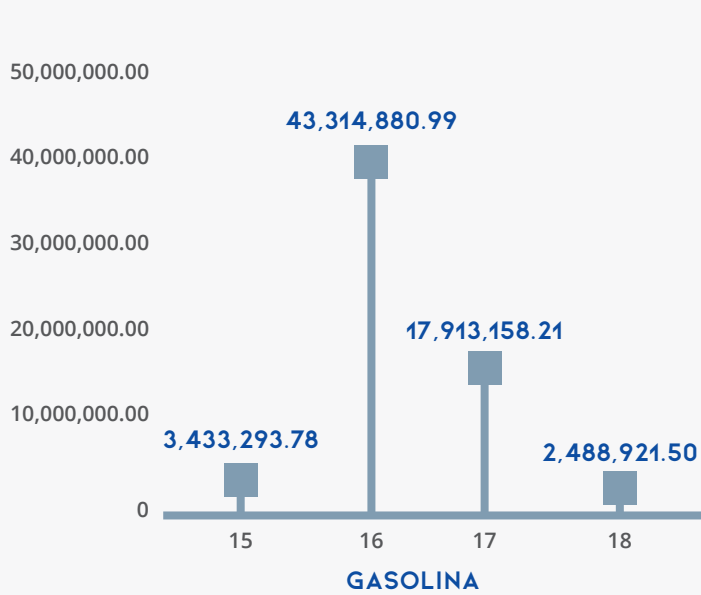


Figura 18. Gas natural, en litros

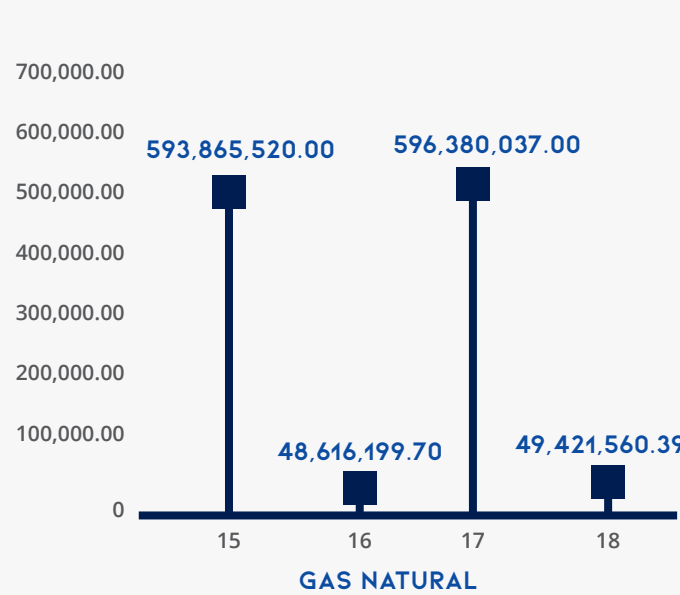
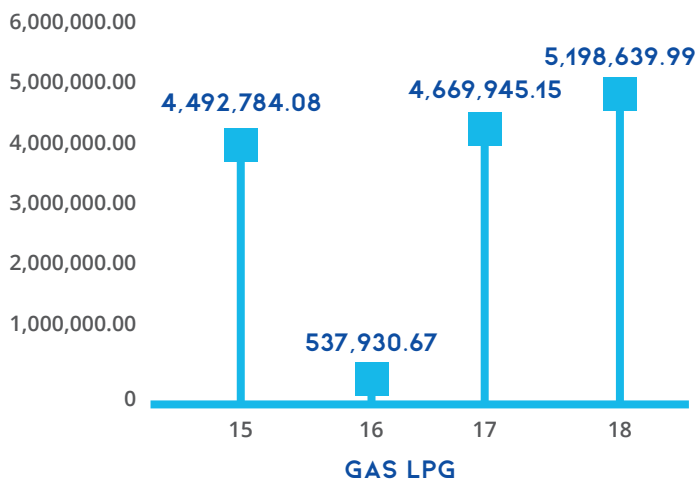


Figura 19. Gas LPG, en litros

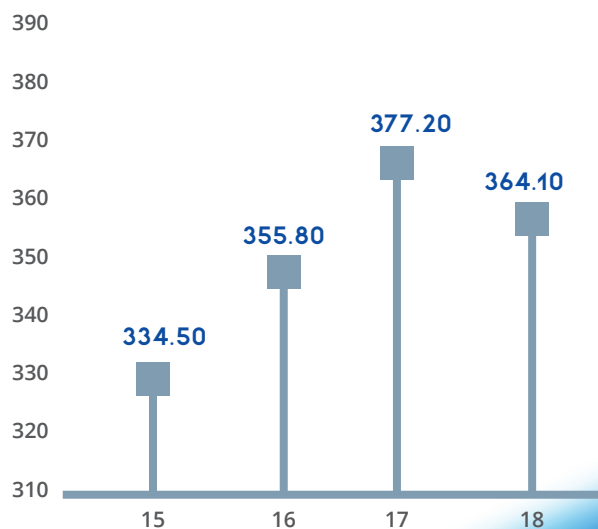


Para los vehículos utilitarios de Grupo Televisa existe un programa preventivo y de inspección, cuyo objetivo es mantener una operación eficiente y reducir las emisiones de gases contaminantes. También realizamos una evaluación de las rutas para aumentar la eficiencia y minimizar el kilometraje recorrido por persona.

CONSUMO DE ELECTRICIDAD

En 2018, el consumo de electricidad de Grupo Televisa fue de 364,195,429 kWh, es decir, 3.6% menor respecto al año anterior. A continuación, se muestra una gráfica comparativa.

Figura 20. Consumo de electricidad 2015-2018, en kWh (en millones)

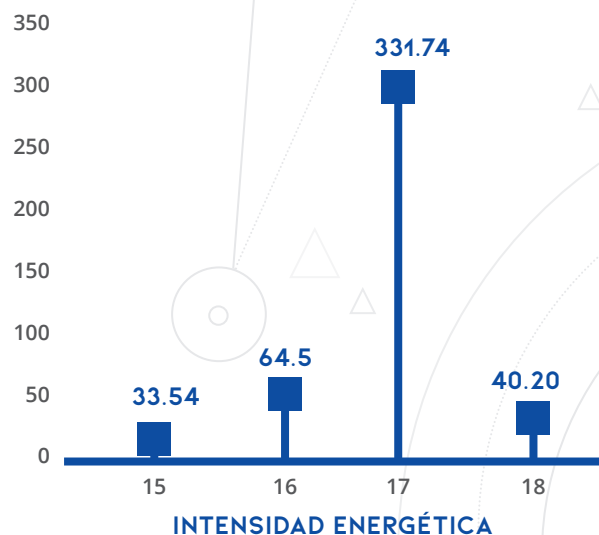


En 2018, continuamos con nuestro programa para reducir el consumo de electricidad en nuestras oficinas corporativas, al cambiar el sistema de iluminación a LED e instalar sensores de movimiento. Con estas acciones, buscamos reducciones a nivel local y disminuir la tasa creciente de consumo de electricidad, que ha sido de 6.2% anual, en promedio.

CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA E INTENSIDAD ENERGÉTICA

El consumo de energía relacionado con electricidad fue de 1,309,979.26 GJ y de combustibles fue de 164,664.95 GJ. Como resultado, considerando ambas fuentes, el consumo total de energía de Grupo Televisa fue de 1,474,644.22 GJ¹³. En 2018, la intensidad energética, con respecto al número de empleados, fue de 40.2 GJ/empleado.

Figura 21. Intensidad energética de Grupo Televisa 2015-2018, en GJ/número de empleados



¹³La cantidad es menor que el año pasado porque varias Compañías no informaron sobre su consumo de combustible.

ENERGÍA RENOVABLE

(GRI 302-4, GRI 302-5)

En Grupo Televisa estamos comprometidos con impulsar energías renovables en nuestras operaciones para contribuir con la meta nacional de 35% de generación de energía limpia para el 2024, así como con el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número siete, que aborda el fomento al uso y acceso a una energía asequible, confiable, sostenible y moderna para todos.

En 2018, la planta de trigeneración de energía comenzó a trabajar en las instalaciones de San Ángel. El proyecto consiste en aprovechar la energía contenida en los combustibles de la operación para reintegrarla al proceso, o bien, aprovecharla para otros procesos operativos. La Planta de Trigeneración de Televisa San Ángel está formada por tres motores/generadores de electricidad calculados para soportar el 100% de los requerimientos eléctricos de esas instalaciones. Estos equipos se alimentan con gas natural.

En San Ángel consumimos la electricidad que proporcionan los generadores y se aprovecha el calor que producen los motores, el cual finalmente es energía,

para generar el Agua Helada que se usa para los sistemas centralizados de aire acondicionado. Esto se hace a través de una Máquina de Absorción que está instalada en la azotea del edificio donde está la planta.

Otra parte del calor que producen los motores se usa para generar vapor y agua caliente que se usan en la tintorería, en la cocina, y en algunas regaderas del conjunto San Ángel. Esto se hace por medio de una Caldera que también está ubicada en la azotea del edificio.

Como puede verse, en lugar de disipar el calor que producen los motores a través de radiadores y ventiladores, éste se usa para generar agua helada, vapor y agua caliente, al mismo tiempo que electricidad, con el mismo consumo de gas natural.

La trigeneración es considerada una Energía Limpia. Es una Generación Eficiente, ya que se usa todo el poder calorífico del gas natural, con una alta eficiencia energética y un mínimo desperdicio. Esperamos completar el proyecto a mediados de 2018, estimando los siguientes ahorros en el uso de energía:



AGUA CALIENTE:
4,488 MMBTU/
AÑO

VAPOR: 14,599
MMBTU/AÑO

ELECTRICIDAD:
15,260,006
KWHE/AÑO

AGUA FRÍA:
8,741,919
KWHC/AÑO

EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 201-2, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 305-4, GRI 305-5)

En Grupo Televisa reconocemos que la mitigación del cambio climático no es solo responsabilidad de los gobiernos, sino de todos los actores de la sociedad. Las empresas tienen la oportunidad única de cambiar el rumbo del planeta mediante la implementación de acciones de prevención y mitigación del cambio climático, rindiendo cuentas de forma transparente e implementando programas de alto impacto.

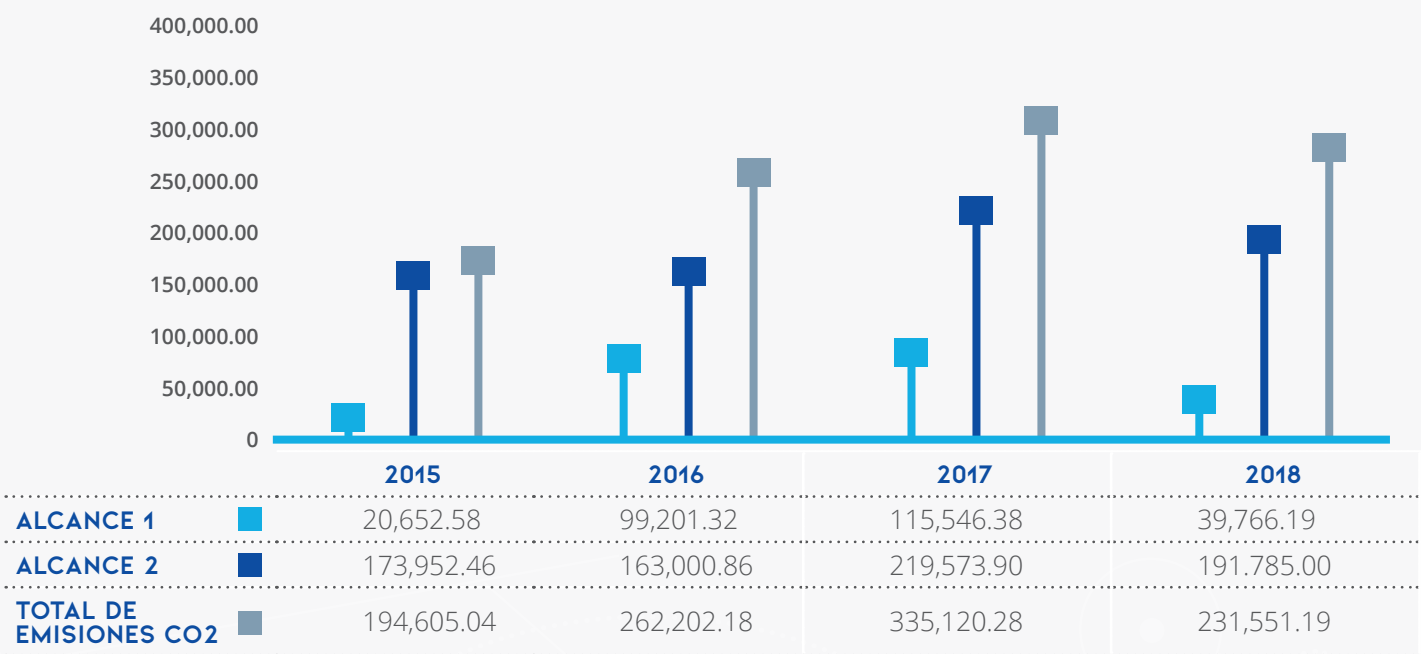
Grupo Televisa tiene como objetivo mitigar sus emisiones de Gases de efecto invernadero (GEI) cuantificándolos, identificando las principales fuentes de emisión y gestionando acciones sistemáticas para abordarlas.

Anualmente, publicamos nuestro inventario de GEI basado en estándares internacionales y regulaciones nacionales, tomando como base la metodología mexicana para calcular las emisiones de GEI "Acuerdo que establece las particularidades técnicas y las fórmulas para la aplicación de metodologías para el cálculo de emisiones de gases o compuestos de efecto invernadero", emitida por la *Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales*

(SEMARNAT). El inventario nos proporciona un indicador respecto a la medida en que estamos reduciendo o aumentando nuestras emisiones a través de los años, y para cuantificarlas en emisiones directas, indirectas y otras emisiones, conocidas también como Alcance 1, Alcance 2 y Alcance 3, respectivamente.

En Grupo Televisa, las emisiones de Alcance 1 se generan directamente de nuestras operaciones, a partir de fuentes fijas y móviles que consumen combustible, como gasolina, diésel, gas natural y gas LP. Las emisiones de Alcance 2 se generan como resultado de la operación de la empresa, pero no están asociadas directamente con ella, tales como las relacionadas con el consumo de electricidad. Las demás emisiones indirectas generadas por las operaciones de Grupo Televisa, como emisiones por vuelos de negocios, se clasifican como emisiones de Alcance 3. En 2018, las emisiones totales de CO₂e fueron 231,551.19 toneladas de CO₂e, lo que representa una disminución del 30.9% respecto al año anterior

Figura 22. Toneladas de CO₂e emitidas, 2015-2018 por alcance 1, alcance 2 y emisiones totales (GRI 305-1, GRI 305-2, and GRI 305-3)^{14 15}



¹⁴ Esta información se puede actualizar con base en el reporte CDP 2018.
¹⁵ En cumplimiento con los requisitos de la Ley General de Cambio Climático, uno de nuestros principales objetivos es continuar identificando aquellas instalaciones que exceden las 25,000 tCO₂e y, en consecuencia, reportarlas a las autoridades.

Tabla 17. Intensidad de emisiones en toneladas de CO2e por número de colaboradores

	2015	2016	2017	2018
TOTAL DE EMISIONES	194,605.03	262,202.18	335,120.28	231,772.50
NÚMERO DE COLABORADORES	43,964	42,288	39,988	36,686
INTENSIDAD DE EMISIONES	4.4 ▲	6.2	8.4	5.6



GESTIÓN DE RESIDUOS

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 301-2, GRI 301-3, GRI 306-2, GRI 306-3, GRI 306-4, SASB TC-TL-440a.1)

La reducción de residuos es uno de los principales pilares de nuestro programa de gestión medioambiental. A través de un plan de manejo efectivo y alternativas de reciclaje con terceros, buscamos reducir nuestro impacto ambiental. En 2018, Grupo Televisa generó un total de 2,469.49 kilogramos de residuos, de los cuales 97.1% fueron residuos no peligrosos enviados al basurero, 1.8% fueron residuos reciclados, 1.0% fueron residuos peligrosos y 0.1% fueron productos donados

Tabla 18. Residuos eliminados

RESIDUOS ELIMINADOS	UNIDAD	2014	2015	2016	2017	2018
TOTAL	Toneladas métricas	96	20	448.3	6,961.4	2,469.5

Nuestro plan de gestión de residuos describe el tipo de residuos generados por Grupo Televisa con base en las regulaciones locales y federales, el plan de reducción y reciclaje, el proceso de eliminación de residuos peligrosos y el plan de emergencia en caso de derrame. Este año, reciclamos PET, cartón, papel, chatarra, aluminio y plásticos y lo vendimos a terceros. En 2018, la cantidad total de desechos reciclados fue de 128,607 kilogramos. El porcentaje de reciclaje por material se muestra a continuación.

Figura 23. Porcentaje de residuos reciclados por material en 2018 (kg)

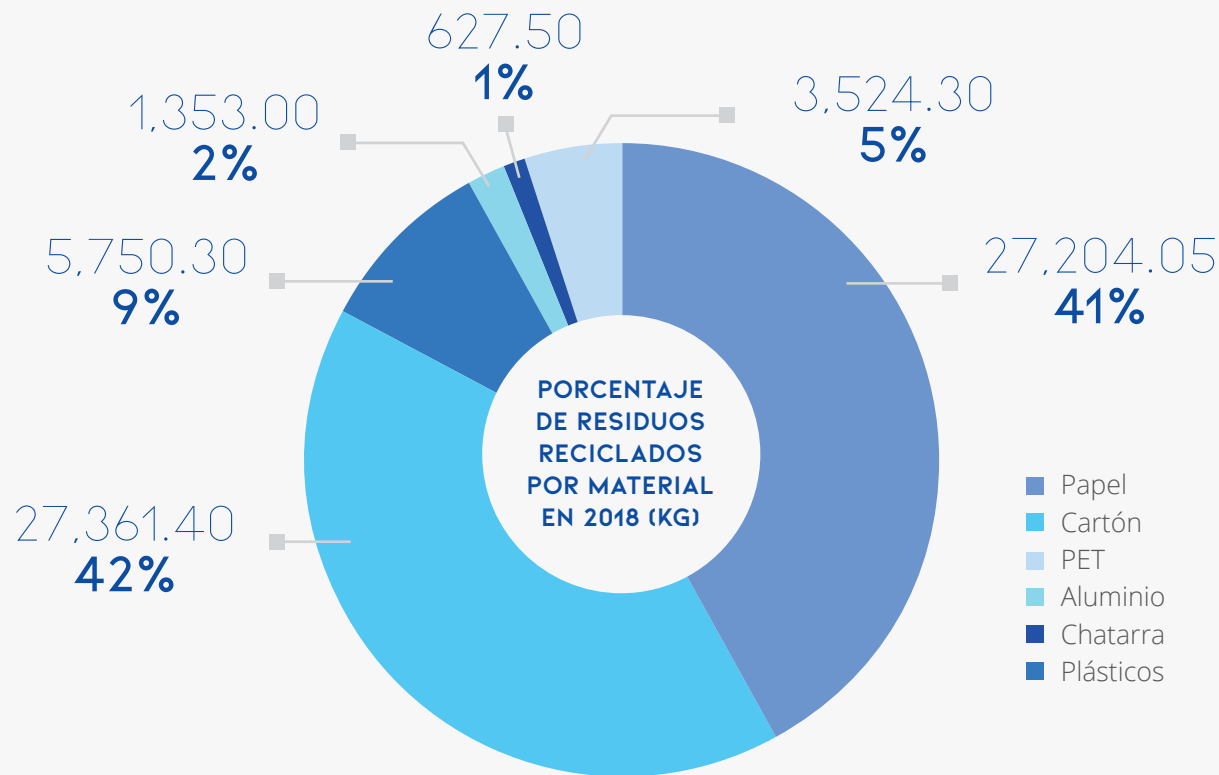


Tabla 19. Gestión de materiales reciclados

MATERIALES	BREVE DESCRIPCIÓN DE LA GESTIÓN Y DESTINO DE LOS MATERIALES RECOLECTADOS, POR TIPO DE MATERIAL.
	Forma de gestión, disposición y/o destino del material.
PAPEL	La pasta de papel se destina a la fabricación de papel para impresión y escritura, cajas de cartón, y otros productos de papel con un porcentaje de papel reciclado.
CARTÓN	Se pueden elaborar nuevos productos de cartón como empaques, cajas e inclusive mobiliario de este material.
PET	Se pueden elaborar cajas, contenedores de diversos tipos, tubería para drenaje, sillas, envases para alimentos y bebidas, ropa y durante el 2017, se destinó principalmente para la elaboración de ladrillos para la reconstrucción de casas para las familias afectadas por el sismo del 19 de septiembre de 2017.
ALUMINIO	Se elaboran nuevas láminas de aluminio para diversos usos o aplicaciones, latas, puentes y partes de aviones.
CHATARRA	Destinado a la elaboración de vigas, pletinas, varilla, chapas, diversas piezas de acero, aluminio, cobre, latón, acero inoxidable, etc.
PLÁSTICOS	Se elaboran diversos tipos de contenedores plásticos que no estén destinados a contener alimentos o bebidas de consumo humano, así como tapas y suelas de calzado femenino y masculino.

Tabla 20. Ahorro ambiental debido a nuestro programa de reciclaje

TIPO DE MATERIAL	KG DE RESIDUOS RECICLADOS POR MATERIAL EN 2018	ÁRBOLES SALVADOS	AGUA AHORRADA (LTS.).	COMBUSTIBLES CONSUMIDOS AHORRADOS (LTS.).	ENERGÍA ELÉCTRICA AHORRADA (KW).	OXÍGENO (PROPORCIONADO A "X" PERSONAS).	DIÓXIDO DE CARBONO (KG CAPTURADO).	RELLENO SANITARIO M3.	LODO ROJO EVITADO (KG.).	PLAYERAS PRODUCIDAS EVITADAS.	BARRILES DE PETRÓLEO EXTRAÍDO EVITADOS.
PAPEL	27,204	462	734,509.3	39,717.9	111,536.6	1,849.8	5,549.6	816.1	0	0	0
CARTÓN	27,361.4	465	738,757.8	39,947.6	112,181.7	1,860.5	5,581.7	90,794.5	0	0	0
PET	3,524.3	0	137,735.8	0	17,881.8	0	8,902.2	87.7	48	36,486.3	1,754.6
LATAS DE ALUMINIO	1,353	0	0	0	20,295	0	9,335.7	0	4,059	0	41.9
CHATARRA	627.5	0	5,458.	0	3,583.2	0	1,639.4	0	48	442	21.7
PLÁSTICOS	5,750.3	0	175,476.3	0	29,651.3	0	14,375.7	0	0	0	69
TOTAL	65,820.5	927	1,791,937.4	79,665.5	295,129.7	3,710.4	45,384.4	91,698.3	4,155	36,928.3	1,887.3



Tabla 21. Intensidad de uso de materiales reciclados

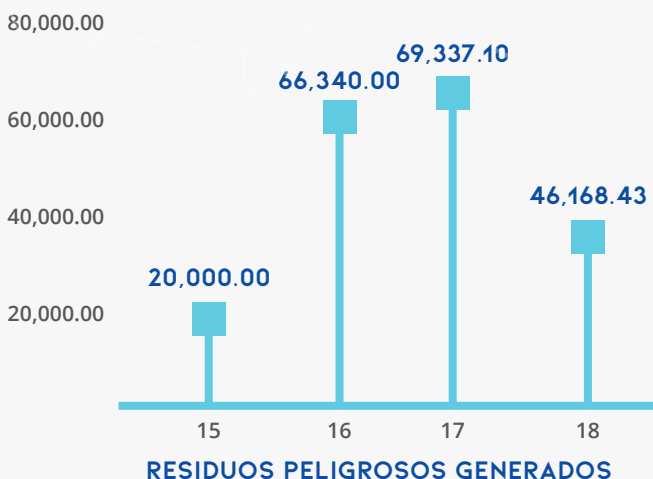
MATERIAL	CANTIDAD	UNIDAD	RECICLADO O NO RECICLADO	TOTAL DE COLABORADORES ¹⁶	INTENSIDAD POR EMPLEADO	PORCENTAJE DE LOS MATERIALES RECICLADOS
PAPEL	27,204.05	kg	Si	36,686	0.74	74%
AGUA	66,677.27	lt	Si	36,686	1.81	181%

RESIDUOS PELIGROSOS

Los principales residuos peligrosos producidos por nuestras operaciones son baterías agotadas y pintura vinílica, que se eliminan a través de proveedores autorizados. En una proporción menor, este tipo de residuos se genera a partir de la operación y el mantenimiento de las instalaciones. En 2018, la cantidad total de residuos peligrosos generados fue de 46,168.432 kg.

La siguiente figura muestra la cantidad de residuos peligrosos reciclados por año desde 2015 hasta 2018. Este año, la cantidad de residuos peligrosos generados disminuyó 33.4% en comparación con 2017.

Figura 24. 2015-2018 residuos peligrosos generados, en kilogramos.



Algunos productos en IZZI contienen plomo, metales pesados y / o ácidos neutralizados, que requieren sitios de confinamiento especiales que no están disponibles en el país. Para prevenir los riesgos ambientales para el medio ambiente y las personas, esos materiales se envían a lugares autorizados internacionales; Además, los proveedores son seleccionados en base a criterios ambientales. En 2018, no se informaron eventos significativos relacionados con los derrames de desechos peligrosos.

Tabla 22. Retiro de residuos orgánicos de jardinería 2018



A partir de 2018, las hojas recogidas por los jardineros se mezclan con tierra negra para formar composta y depositarla en ciclopistas ubicadas en algunas instalaciones.

¹⁶Excluye SKY

EFLUENTES Y RESIDUOS, PESO TOTAL DE LOS RESIDUOS, SEGÚN TIPOS Y MÉTODO DE TRATAMIENTO

(GRI 306-2)

Tabla 23. Peso total de los residuos peligrosos y no peligrosos, según los siguientes métodos de eliminación:

ORIGEN	RESIDUOS	TIPO	CANTIDAD	UNIDADES	TIPO DE ELIMINACIÓN
OPERACIÓN	Cartón, aluminio, plásticos, PET, orgánicos, papel	No peligroso	65,804.5	kg	Reciclaje
MANTENIMIENTO	Varios	Peligroso	10,596	kg	Reciclaje
MANTENIMIENTO Y OPERACIÓN	Varios	Peligroso	46,168.4	kg	Incineración
VARIOS	Pintura vinílica	No peligroso	6,000	lt	Donación

RESIDUOS TRANSPORTADOS

(GRI 306-4)

Tabla 24. Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos:

ORIGEN	RESIDUOS PELIGROSOS TRANSPORTADOS	UNIDAD DE MEDIDA	RESIDUOS PELIGROSOS TRATADOS	UNIDAD DE MEDIDA
MANTENIMIENTO Y OPERACIÓN	46,168.4	kg	46,168.4	kg
BATERÍAS	10,596	kg	10,596	kg
PINTURA VINÍLICA	6,000	lt	6,000	lt

La peligrosidad de los residuos que se generan en las instalaciones, no amerita confinamiento o destrucción en territorio extranjero. La destrucción de los mismos por incineración se realiza en las fábricas cementeras pues es utilizado como combustible para sus procesos. Los residuos que son tratados también se realiza el tratamiento a través de un proveedor certificado para reciclar los componentes y reutilizarlos en productos nuevos.

EFLUENTES Y RESIDUOS

(G4-EN23)

El Métodos de tratamiento y prácticas para reciclar o desechar de manera segura papel, tintas, plásticos, baterías y equipos electrónicos.

- El volumen total de los residuos peligrosos es destinado por nuestro transportista autorizado para abastecer a las empresas cementeras de material combustible para sus hornos. El método es la incineración.

EFLUENTES Y RESIDUOS. NÚMERO Y VOLUMEN TOTALES DE LOS DERRAMES SIGNIFICATIVOS.

(306-3)

Durante 2018, no se presentaron derrames significativos en ninguna de las instalaciones.

MEDIDAS DE GESTIÓN DE RESIDUOS

La empresa ha implementado un programa de separación de residuos que incluyen todas las áreas administrativas y áreas comunes. Adicionalmente, se cuenta en las áreas de generación de residuos peligrosos con estaciones temporales para el depósito de los residuos peligrosos y almacenes de residuos peligrosos para su resguardo y posterior disposición con un proveedor certificado.

El papel desechado es recolectado a través del Programa de Reciclaje implementado y es posteriormente entregado a recicladores autorizados para su transformación. El tóner es trasladado al almacén de RPE y posteriormente retirado por el proveedor de RPE autorizado para su traslado y disposición final.



USO SOSTENIBLE DEL AGUA

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 303-1, GRI 303-2, GRI 303-3, GRI 306-1, GRI 306-5)

El agua es esencial para la vida. En Grupo Televisa, reconocemos la importancia de preservar este valioso recurso para las generaciones presentes y futuras.

Nuestras acciones se centran en la gestión de dos aspectos principales: calidad y cantidad. Monitoreamos la cantidad de agua que utilizamos para implementar acciones de conservación efectivas. Además, buscamos que nuestras descargas de agua mantengan buenos niveles de calidad, a través del tratamiento de aguas residuales en algunas de nuestras instalaciones.

En 2018, el consumo de agua de Grupo Televisa fue de 432,210.69 m³; El alcance de esta información incluye 35 empresas que integran Grupo Televisa, equivalente al 70% del consumo de agua de Grupo Televisa. Los estándares, métodos o herramientas de cálculo aplicados en el cálculo fueron metodologías establecidas para el cálculo y reporte de indicadores a SEMARNAT, PROFEPA y SEDEMA.

Hemos instalado mingitorios ecológicos en nuestras instalaciones, lo que nos ahorra más de 150 mil litros de agua al año.

Tabla 25. Abastecimiento de fuentes de agua, Grupo Televisa 2016-2018 (GRI 303-1)

CAPTACIÓN TOTAL DE AGUA SEGÚN LA FUENTE			
AGUAS SUPERFICIALES	VOLUME, M3 2016	VOLUME, M3 2017	VOLUME, M3 2018
RÍOS	0	0	0
HUMEDALES	0	0	0
LAGOS	0	0	0
OCÉANOS	0	0	0
AGUAS SUBTERRÁNEAS	0	0	0
AGUAS PLUVIALES	0	0	0
AGUAS RESIDUALES	0	0	0
DEL MUNICIPIO	27,327,561.79	12,245,388.75	432,210.69
RECICLADO DE PLANTAS DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES	102,287.82	627,801.03	66,677.27
REUTILIZADA	204,575.64	1,255,602.06	133,354.54
TOTAL	27,634,425.25	14,128,791.84	632,242.50

Tabla 26. Porcentaje y volumen total de agua reciclada y utilizada

AGUA RECICLADA Y UTILIZADA.						
CLASIFICACIÓN DEL AGUA	2016		2017		2018	
	Volume,m3	Porcentaje	Volume,m3	Porcentaje	Volume,m3	Porcentaje
LIMPIA	27,327,561.7	98.89%	12,245,388.7	86.7%	432,210	68.4%
RECICLADA	102,287.8	0.37%	627,801	4.5%	66,677.2	10.5%
REUTILIZADA	204,575.6	0.74%	1,255,602	8.8%	133,354.5	21.1%
TOTAL	27,634,425.2	100%	14,128,791.8	100%	632,242.5	100%

EFLUENTES Y RESIDUOS

(G4-EN23)

El proceso utilizado en las plantas de tratamiento de aguas residuales (PTAR) es el electro cloración iónica y biológica de aguas residuales. Algunas de las instalaciones que incorporan esta tecnología son San Ángel, el Centro de acopio, Santa Fe y Rojo Gómez. El agua tratada se utiliza principalmente en inodoros, sistemas contra incendios y riego de áreas verdes.

AGUA DESCARGADA

(GRI 306-1)

En 2018, la cantidad de agua descargada al sistema de alcantarillado municipal fue de 478,673.19 m3. Esta cantidad se obtiene de restar el agua total reciclada y recirculada al volumen total de agua limpia consumida. El proceso de reciclaje de agua consiste en un circuito cerrado que funciona con las PTAR, lo cual ayuda a evitar las descargas al drenaje municipal. Las descargas se realizan en caso de desbordamiento y no se cuantifican de manera directa.

Tabla 27. Vertido total de aguas, según su calidad y destino

VOLUMEN (M3) 2017	VOLUMEN (M3) 2018	DESTINO	CALIDAD DEL AGUA Y MÉTODO DE TRATAMIENTO	REUTILIZADA POR OTRA ORGANIZACIÓN (SI / NO)
101,141.58	65,340.17	Sanitarios, sistema contra incendios y riego de áreas verdes.	Electrofloculación iónica y biológica.	No
695.24	1,337.00	Sanitarios, sistema contra incendios y riego de áreas verdes.	Electrofloculación iónica y biológica.	No

Normas, métodos y supuestos que se han aplicado en el cálculo: El agua cumple con la Norma NOM-003-SEMARNAT-1997. Los datos de agua tratada que se registran corresponden a las instalaciones donde se encuentran instaladas Plantas de Tratamiento y se realiza la medición puntual del agua que es reutilizada: Santa Fe, San Ángel, Centro de Acopio y Rojo Gómez.

NO HAY FUENTES DIRECTAS DE AGUA AFECTADAS

(GRI 303-2, GRI 306-5)

En 2018, no se afectaron cuerpos de agua directos cerca de nuestras instalaciones, ni por extracción, ni por descarga de agua.



PRESERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 304-1, GRI 304-2, GRI 304-3, GRI 304-4)



La declaración corporativa de Grupo Televisa sobre la Biodiversidad y Medioambiente define el enfoque que adoptamos como Compañía hacia la biodiversidad y el medioambiente. En Grupo Televisa, reconocemos la gran riqueza natural y la biodiversidad de México, debido a su ubicación geográfica. México posee múltiples ecosistemas, dado que sus diferentes climas y entornos albergan una variedad significativa de especies¹⁵, por lo que se le considera un país megadiverso.

Para mayor información, favor de visitar nuestra declaración corporativa de Grupo Televisa sobre la Biodiversidad y Medioambiente en <http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/corporate-statements/grupo-televisa-statement-on-bio-diversity-and-environment.pdf>

EVALUACIÓN DE LOS IMPACTOS A LA BIODIVERSIDAD

Las operaciones de Grupo Televisa tienen un bajo impacto en la biodiversidad y los ecosistemas naturales. La mayoría de nuestras instalaciones están localizadas en áreas de bajo impacto ambiental, por lo tanto, no hay afectaciones significativas a la biodiversidad. Sin embargo, contamos con cuatro torres de transmisión y/o retransmisión ubicadas en áreas naturales protegidas con alta biodiversidad:

- Parque nacional Izta-Popo Zoquiapan
- Cerro de la Silla
- Reserva ecológica Cerro del Fortín
- Reserva de la biósfera Tehuacán-Cuicatlán

POR EL PLANETA: INICIATIVA POR LA BIODIVERSIDAD

"Por el Planeta" es una iniciativa de Grupo Televisa que tiene el propósito de mostrarle a la audiencia la riqueza natural de México y el mundo. Su objetivo es compartir, a través de las múltiples plataformas de Televisa, los lugares más lejanos y prístinos que quedan y que forman parte de las maravillas de la naturaleza. Nuestros reporteros viajan en México y alrededor del mundo visitando lugares increíbles y grabando las mejores maravillas naturales. El equipo de "Por el Planeta" ha recorrido 63,000 millas (más de 100,000 kilómetros), lo equivale a darle la vuelta al mundo dos veces.

En el 2018, se lanzaron nuevos documentales. En el mismo año, Pantalla de Cristal reconoció a "Por el Planeta" por el reportaje de Los gigantes de Alaska. Así mismo, el reportero Alberto Tinoco y el productor de este programa, Benito Sánchez, fueron reconocidos con el premio Periodismo Sustentable otorgado por el Club de Periodistas de México. En la siguiente liga, se puede acceder a series documentales de manera gratuita: <https://noticieros.televisa.com/por-planeta/>



¹⁷<http://www.biodiversidad.gob.mx/pais/quees.html>



NUESTRAS PRINCIPALES ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA COMUNIDAD

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 102-13, GRI 413-1, GRI 203-1, GRI 203-2, GRI 415-1,
GRI 201-1, GRI 203-2, G4-M6, G4-M7)



En Grupo Televisa nos comprometemos a fortalecer a las comunidades e invirtiendo su desarrollo. Durante los últimos 17 años, a través de Fundación Televisa, hemos sido agentes de cambio social. Hemos creado y apoyado programas que brindan oportunidades educativas, impulsan la identidad cultural y promueven el compromiso con la comunidad.

Fundación Televisa genera una gran variedad de programas y oportunidades que benefician a millones de mexicanos a través de nueve áreas de impacto. Hemos aprovechado la amplia gama de plataformas de medios de la Compañía para promover campañas de concientización social y nuestras plataformas digitales para fomentar la participación cívica. Fundación Televisa ha desarrollado varias plataformas educativas digitales que, a través de la innovación y la creatividad, permiten a los usuarios mejorar sustancialmente sus capacidades.

Estas herramientas de autoaprendizaje sin costo, están ampliamente disponibles para muchos mexicanos que de otro modo carecerían de herramientas básicas y acceso a oportunidades. Muchos de estos esfuerzos han mejorado la vida de millones de personas.

Establecer colaboraciones sólidas y estratégicas es una prioridad para la Fundación Televisa. Estas alianzas han mejorado la efectividad de la Fundación Televisa y han ampliado su alcance. Buscamos continuamente colaborar con expertos en los campos académico, empresarial y financiero, así como con otras organizaciones para beneficiar a un mayor número de personas. Durante los últimos 17 años, hemos desarrollado alianzas con más de 400 organizaciones no gubernamentales, así como con instituciones públicas y privadas.

En Grupo Televisa nos comprometemos a fortalecer a las comunidades, inspirando y desarrollando el potencial de las personas, promoviendo la educación y la cultura. Creemos en la igualdad de oportunidades y en construir nuestras metas y sueños futuros con base en valores sólidos.

Durante los últimos 17 años, a través de Fundación Televisa, hemos sido agentes de cambio social. Hemos creado y apoyado programas que brindan oportunidades educativas, impulsan la identidad cultural y promueven el compromiso con la comunidad. Fundación Televisa genera una gran variedad de programas y oportunidades que benefician a millones de mexicanos a través de nueve áreas de impacto.

Figura 25. . Principales áreas de impacto de los programas de Fundación Televisa



En Fundación Televisa queremos aumentar el potencial de las personas tanto en México como en Estados Unidos mientras buscamos inspirar a otros a unirse a este esfuerzo. Nuestros programas innovadores en educación, cultura, espíritu empresarial y protección del medio ambiente proporcionan una poderosa plataforma que les permite a cientos de miles de personas mejorar sus vidas, transformar sus comunidades y construir sociedades mejores y más sostenibles. Nuestro enfoque combina un eficaz aprovechamiento de los medios de comunicación de Televisa con herramientas digitales de vanguardia, apoyo financiero y equipos multidisciplinarios de trabajo de campo.

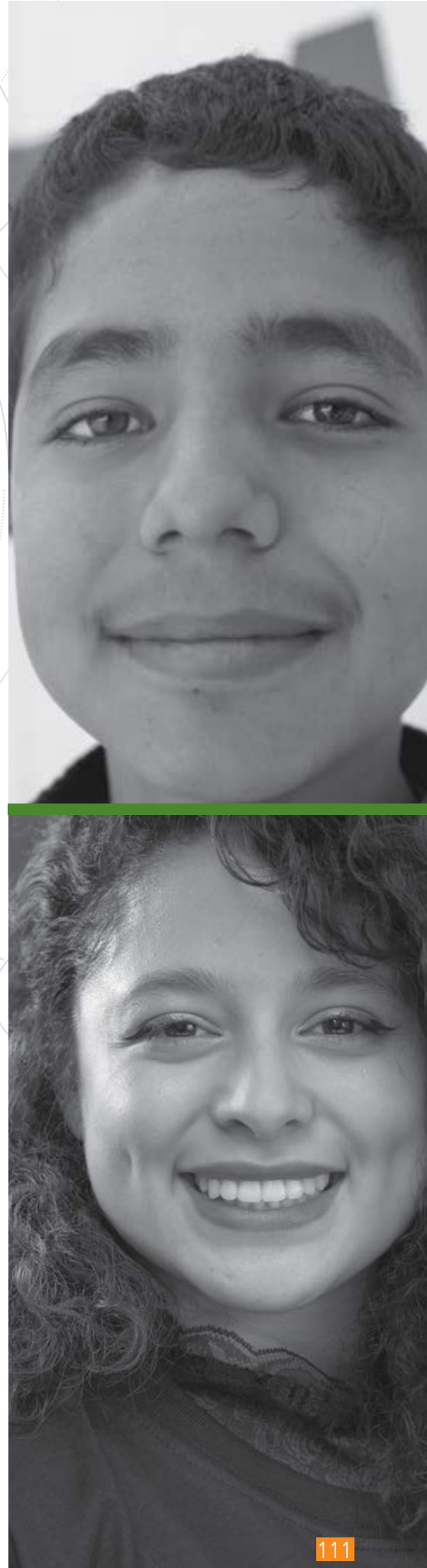
En 2018, impactamos la vida de 1,054,632 niños, jóvenes y adultos en ambos países, invirtiendo más de \$346 millones de pesos junto con nuestros aliados. Alcanzamos más de 127 millones de impactos en medios de comunicación. Más de 81 millones de personas recibieron nuestros mensajes y más de 64 instituciones y organizaciones fueron beneficiarias con nuestros espacios publicitarios, a través de campañas de comunicación. Nuestras causas generaron más de 1.5 millones de seguidores en redes sociales, y acercaron a más de 4 millones de personas a nuestras plataformas.

Los programas de Fundación Televisa están segmentados para atender las diferentes etapas de la vida de una persona. Empieza Temprano se ocupa del desarrollo de la primera infancia, proporcionando información y consejos prácticos a los padres y a las familias. Para mejorar las habilidades de los estudiantes, Fundación lleva 17 años promocionando los valores con el lema Tienes el Valor o te Vale. Aprende con el Chavo es una plataforma gratuita de enseñanza en línea y Cuantrix enseña computación y codificación en línea. Technolochicas capacita mujeres jóvenes a través de STEAM (ciencia, tecnología, ingeniería, arte y matemáticas) y Bécalos trabaja para incrementar el número de estudiantes que finalizan sus estudios de preparatoria y universidad y mejorar la empleabilidad de los estudiantes.

POSiBLE ayuda a desarrollar el espíritu empresarial de alto impacto mediante la capacitación, creación de redes, recursos, visibilidad y aceleración de startups de alto potencial. Además, los programas culturales y ambientales de Fundación están dirigidos al público en general en ubicaciones específicas y de manera más global, a través de espacios digitales y en los medios.

Nuestros números en Fundación Televisa, 2018:

- Más de 3.5 millones de usuarios de la aplicación gratuita Aprende con el Chavo, para el aprendizaje de idiomas y STEAM.
- Más de 30,000 estudiantes de escuelas públicas en seis estados de la república adquirieron habilidades de codificación básica con el apoyo de más de 1,000 maestros e instructores capacitados por Cuantrix.
- Más de 1,300 niñas de educación media (fundamentalmente latinas) asistieron a 34 actividades de Technolochicas STEAM en 17 ciudades de Estados Unidos.
- 37,424 beneficiarios de Bécalos, incluyendo 1,614 estudiantes que desarrollaron competencias de empleabilidad, 217 participantes en un programa internacional de intercambio con colegios comunitarios de Estados Unidos, y 90 estudiantes que asistieron a un programa de jóvenes talentosos.
- Con estas cifras, Bécalos alcanzó un número histórico de 285,917 beneficiarios y 1,202 asistentes a actividades de movilidad internacional.





- Para preservar el medioambiente, protegimos a más de 11,239 hectáreas como zonas de recuperación de pesca en el Mar de Cortés, alcanzando un total de 1,247,154 hectáreas. Este esfuerzo beneficia a 2,500 pescadores.
- 119,347 personas registradas en la plataforma de emprendimiento POSIBLE en México, con un porcentaje récord de 55% de mujeres. Adicionalmente, 1,100 emprendedores latinos inscritos a un programa piloto de POSIBLE US en Los Ángeles.
- Participamos en 7 ferias de fotografía en México y otros países, con más de 150,000 visitantes.
- Colaboramos con campañas de comunicación de gran alcance incluyendo Valores, con el propósito de promover los valores cívicos.

En respuesta a los terremotos de septiembre de 2017, se creó el programa ReconstruYAmos México para apoyar proyectos de reconstrucción en los estados más afectados. Por medio de alianzas estratégicas como “1X1” con la Fundación Alfredo Harp Helú, Fomento social Banamex y Fundación Coca Cola, invitamos a todos los mexicanos a donar, con el compromiso de duplicar cada peso que ellos aportaran y, por medio de alianzas con Fundación BBVA Bancomer y Fundación Gentera, beneficiamos a más de 189 mil personas en Oaxaca, Chiapas, Morelos, Puebla, el estado de México, Guerrero y la Ciudad de México, con más de 13.8 millones de dólares invertidos en la reconstrucción de 1,669 viviendas, 11 escuelas, 3 mercados locales, 782 hornos y cocinas, 11 talleres artesanales, 1 asilo y 1 hospital móvil, durante 2018.

Aprovechando de manera responsable los medios de comunicación, el talento, las alianzas y sus activos financieros, los esfuerzos liderados por Fundación Televisa reflejan el compromiso de Televisa por hacer una contribución estratégica a la construcción de una sociedad más empoderada, próspera y democrática, en donde todas las personas cuenten con una plataforma para mejorar su calidad de vida.



SATISFACCIÓN DE NUESTROS CLIENTES

(GRI 103-1, GRI 103-2, GI 103-3, GRI 102-43)

Aspiramos a acercarnos cada vez más a nuestros clientes y agencias, aplicando de manera cotidiana los valores de transparencia y proximidad en cada etapa del proceso comercial. Como Grupo Televisa, nuestra prioridad en cada proyecto que emprendemos es satisfacer tanto a nuestra audiencia como a nuestros clientes. Reconocemos que es sumamente importante mantener altos estándares de satisfacción, al tiempo que generamos relaciones a largo plazo para continuar construyendo el camino al éxito.

2018 fue un año de grandes aprendizajes, con el apoyo de algunas agencias de investigación, desarrollamos dos proyectos, mismos que nos brindaron un conocimiento más profundo tanto de la percepción que se tiene de nosotros, como de los objetivos de nuestros clientes, para los cuales, nuestros servicios proveen de gran valor; con dichos aprendizajes, diseñamos estrategias y planes de trabajo que nos permitieron fortalecer la comunicación con nuestros clientes, brindar un servicio personalizado y generar un portafolio efectivo acorde a las necesidades de cada cliente.

De igual manera, implementamos células de trabajo en las cuales participaron colaboradores de las diferentes áreas involucradas en el proceso comercial, los principales

resultados de este esfuerzo fueron propuestas más efectivas y la reducción en el tiempo de respuesta, lo cual llevó a clientes más satisfechos.

A diferencia de años anteriores donde desarrollamos eventos más generales, este año enfocamos nuestros esfuerzos en el desarrollo de eventos tácticos temáticos, mismos que tuvieron gran aceptación por parte de nuestros clientes, estos eventos nos dieron la oportunidad de combinar los dos mayores atributos de ambos tipos de evento: 1) mostrar capacidades de producción y contenidos, y 2) enfocar el evento a públicos distintos.

Asimismo, tuvimos cuatro *upfronts* de contenido cuyo objetivo fue dirigir el discurso hacia las necesidades específicas de los clientes por plataforma: clientes de TV abierta, clientes de TV paga, clientes digitales y clientes de agencias. Con esto, mostramos mayor entendimiento de nuestros distintos clientes y un interés genuino por dirigir esfuerzos en pro de una negociación más benéfica para ambos. Procurando mantener una congruencia entre nuestro decir y nuestro actuar pretendemos día con día forjar relaciones más cercanas que nos permitan apoyar activamente en el logro de los objetivos de las marcas.

Figura 26. Proceso de trabajo orientado al cliente



Nuestra estrategia de acercamiento a los clientes está basada en dos componentes principales: 1) comprender sus objetivos, necesidades, tiempos y expectativas; y 2) brindar una oferta multiplataforma ad hoc para cada cliente. A través de un enfoque innovador, aprovechamos las oportunidades que brindan los avances tecnológicos para generar soluciones de valor y utilidad para nuestros clientes, por ejemplo, continuamente alimentamos una aplicación digital que provee información en tiempo real, sobre nuestra oferta y las oportunidades de negocio para sus marcas.

Conscientes de la importancia de proveer información relevante y oportuna, nuestra fuerza de ventas proporciona constantemente a los clientes informes de desempeño tanto de contenidos como de campañas, que le permiten medir los resultados de sus esfuerzos de marketing.

Mediante espacios de publicidad en nuestro contenido, nos enfocamos en ayudar a los clientes a comunicar a la audiencia la imagen de su marca y los beneficios funcionales y emocionales de sus productos.

Durante este año, avanzamos a paso firme en la transformación de nuestras relaciones comerciales, dejando de lado el enfoque transaccional y dando paso a un enfoque más personal.

Vivimos una constante transformación que demanda evolución. Las lecciones aprendidas

durante 2018, nos motivan a continuar la renovación de las diversas áreas comerciales, 2019 será un año de grandes cambios y de trabajar en comunicar efectivamente los atributos de la televisión así como en mostrar los beneficios de tener campañas multiplataforma, asimismo, trabajaremos en tener un mayor entendimiento de nuestros clientes tanto a nivel industria como a nivel individual con la finalidad de encontrar la mejor manera generar valor para el cumplimiento de sus objetivos.



ASPECTOS CLAVE EN LA RELACIÓN CON NUESTROS CLIENTES

El Departamento de ventas se relaciona con los clientes en base a seis principios fundamentales que se describen a continuación.

Figura 27. Principios para relacionarse nuestros los clientes

La fuerza de ventas es la cara de Televisa frente a nuestros socios comerciales.

Nuestra fuerza de ventas identifica las necesidades de nuestros clientes, escucha sus inquietudes y atiende sus solicitudes. El cliente mantiene directa comunicación con ejecutivos, gerentes, directores y Director General.

Cada equipo de ventas está asignado a determinadas cuentas.

La asignación de equipos da continuidad a las necesidades de cada cliente y permite construir una relación más allá de lo transaccional. Estas asignaciones se otorgan cuidando que el mismo equipo no atienda a marcas que compitan directamente.

Nuestra fuerza de ventas encuentra en las áreas de marketing y operaciones un soporte para brindar un servicio de calidad a los clientes.

Nuestro equipo de ventas recibe información sobre el comportamiento del mercado, su historial y posibilidades de cada cliente, con el fin de disminuir los riesgos de negociación y a la vez eficientar las inversiones de su cliente. El equipo de operaciones mantiene la relación del día a día para la entrega oportuna de los pesos publicitarios requeridos por los anunciantes.

Nuestra fuerza de ventas busca las mejores condiciones para su cliente, los mejores resultados para sus clientes.

Para proveer de soluciones eficientes a los clientes, contamos con equipos interdisciplinarios de trabajo cuya labor es lograr que nuestra oferta contribuya activamente al logro de los objetivos del cliente.

Existe un equipo de relaciones públicas que responde a solicitudes de ventas.

El equipo de relaciones públicas atiende, da seguimiento y enriquece la relación ventas-cliente a través de herramientas de comunicación, eventos de presentación de productos y recordatorios de fechas especiales para el cliente.

Protocolos de recepción y atención a clientes.

Las tres sedes corporativas de Televisa (San Ángel, Chapultepec y Santa Fe) operan con protocolos de recepción y atención a sus clientes. Esto se da a través de una identificación especializada que les otorga a nuestros clientes un status distintivo dentro de las instalaciones.

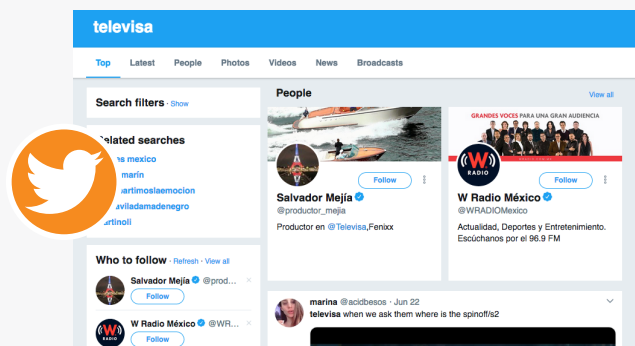
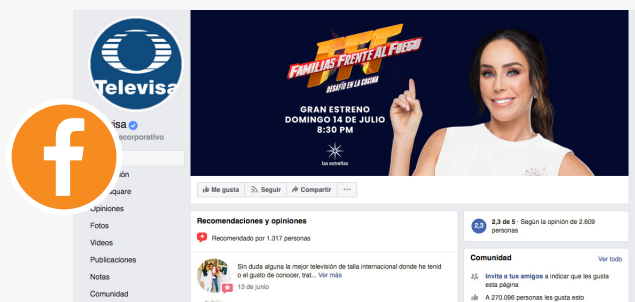
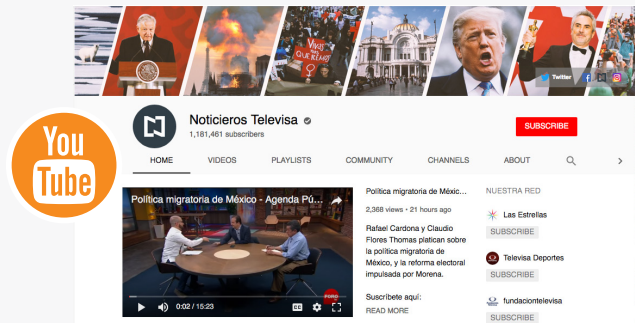
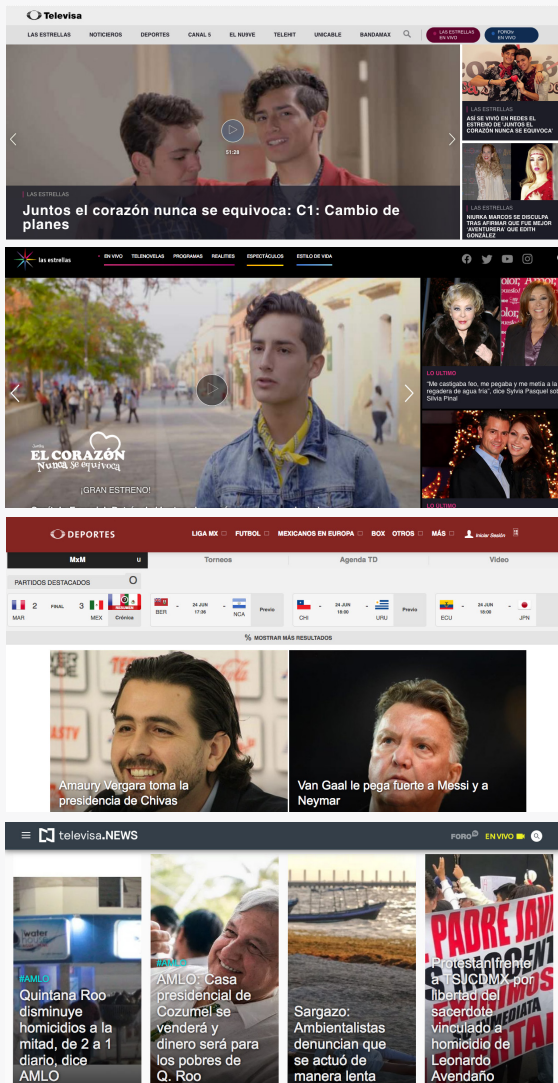
CONTENIDO EN LÍNEA

Interactuamos con nuestros clientes y otros grupos de interés, como consumidores y audiencia, a través de diversas plataformas, entre las que se encuentran:

- Plataformas corporativas: página web corporativa de Televisa (<https://www.televisa.com/>) y otras plataformas de contenido (por ejemplo Las Estrellas (www.lasestrellas.tv), Televisa News, (noticieros.televisa.com), Televisa Deportes (deportes.televisa.com), por nombrar algunos.

- Redes sociales: plataformas que nos permiten mostrar contenido digital a los consumidores de manera directa. Tenemos presencia en YouTube, Facebook y Twitter, entre otros.

Estas plataformas nos permiten mantener contacto con nuestros grupos de interés de forma personal, incrementando nuestro impacto positivo y atracción a nuestra audiencia y grupos de interés.





MANEJO Y PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 418-1, SASB TC-TL-230a.2)

En un mundo altamente tecnológico e interconectado, el manejo y protección de la información, a través de sistemas resilientes de tecnologías de la información, plantea diversos retos. Nuestra prioridad es conservar la integridad de la información de nuestros consumidores, clientes y otros grupos de interés, por tanto, contamos con políticas que buscan garantizar su integridad, confidencialidad y disponibilidad. Grupo Televisa y sus subsidiarias deben cumplir con los aspectos de seguridad contenidos en dichas políticas.

Figura 28. Aspectos de seguridad para el manejo y protección de la información



La estrategia de tecnologías de la información considera una variedad de mecanismos que buscan fortalecer la seguridad de la información. Como parte de esta estrategia, por lo menos una vez al año se realizan programas de coordinación, concientización y evaluación de riesgos dentro de Grupo Televisa y sus subsidiarias. Cualquier brecha en seguridad que se identifique, se aborda de manera oportuna.

Además de lo anterior, contamos con un aviso de privacidad donde nos comprometemos con la protección de la información personal de los usuarios e indicamos que somos responsables de su uso cuando esta se obtiene a través de la página web corporativa (www.televisa.com), medios impresos y/o teléfono. El documento está disponible en nuestra página web (<http://www.televisa.com/politica-de-privacidad/>).



CADENA DE SUMINISTRO COMPROMETIDA CON LA SOSTENIBILIDAD

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 102-9, GRI 204-1, GRI 308-1, GRI 308-2, GRI 407-1,
GRI 408-1, GRI 409-1, GRI 411-1, GRI 412-1, GRI 412-3, 413-2, GRI 414-1, GRI 414-2)

En Grupo Televisa reconocemos que podemos beneficiar positivamente a la sociedad y al medioambiente a través de la toma de decisiones e implementación de acciones en nuestra cadena de suministro. Con esto en mente, en 2018 continuamos estableciendo criterios de sostenibilidad en nuestras prácticas de adquisición, identificando aquellos proveedores que pudieran representar riesgos para la Compañía y a los que cuentan con programas de sostenibilidad sobresalientes.

Todas nuestras empresas se adhieren a los lineamientos generales de la política de compras de Grupo Televisa. Sin embargo, debido a las necesidades específicas de cada una de éstas, tenemos varias áreas responsables de adquirir bienes y servicios para atender requisitos particulares de cada unidad de negocio, tales como Cable, SKY, contenidos y otros negocios.

En Grupo Televisa, los bienes y servicios provienen principalmente de grandes empresas transnacionales del ramo tecnológico. Elegimos cuidadosamente nuestra tecnología, con el fin de alcanzar una posición ventajosa en el mercado, aprovechando servicios digitales y plataformas innovadoras. Para el resto de Grupo Televisa, los proveedores de bienes y servicios son pequeñas y medianas empresas (Pymes) localizadas en México (p. ej. mayoristas, constructores independientes, consultores, fabricantes, filiales de empresas transnacionales e intermediarios). Nuestros principales insumos son papel, materiales eléctricos, suministros tecnológicos, artículos de mantenimiento, artículos de oficina, vestuario y materiales para escenografía, entre otros.

POLÍTICA DE CONTRATACIÓN Y SELECCIÓN DE PROVEEDORES

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 301-1)

La Compañía opera en cumplimiento a su Política de contratación y selección de proveedores, la cual se basa en criterios sociales y económicos considerados al momento de elegir nuevos proveedores. Hemos desarrollado mecanismos para detectar posibles conflictos de interés y evaluamos los riesgos económicos y de gobierno corporativo de potenciales proveedores. Así mismo, durante el establecimiento de relaciones comerciales, motivamos a los proveedores a actuar de manera ética e íntegra, respetando y cuidando los

requerimientos de condicionales laborales, derechos humanos, anticorrupción, competencia justa y obligaciones en materia de salud y seguridad. Nuestras cláusulas de contratación incluyen el requerimiento de cumplir con las obligaciones de seguridad social y respetar el horario laboral establecido en la legislación mexicana. Prohibimos firmemente cualquier acto de trabajo forzoso y exigimos a nuestros proveedores respetar los estándares laborales de la legislación mexicana o de cualquier otra legislación correspondiente.



GESTIÓN SOSTENIBLE DE NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 411-1, GRI 412-1, GRI 412-3, 413-2, GRI 414-2, SASB TC-TL-440a.1)

En Grupo Televisa cumplimos con seis factores clave que nos rigen al momento de establecer y mantener relaciones con nuestros proveedores: innovación, tiempo, calidad, altos estándares de eficiencia, costo y cumplimiento con requerimientos legales. Asimismo, conducimos análisis de riesgo a nuestros proveedores a través de entidades independientes, con el objetivo de evaluar el estatus de los siguientes aspectos sociales y económicos:

- a) Perfil de la Compañía,
- b) Incidentes legales relacionados con estándares laborales, corrupción, ética y derechos humanos,
- c) Gobierno corporativo, y
- d) Prácticas laborales, tales como el pago de sus obligaciones sociales.

Los altos riesgos de sostenibilidad en nuestra cadena de suministro pueden estar asociados con un posible incumplimiento de estándares económicos, sociales, medioambientales y legales. Algunos aspectos por considerar son cuidado de la salud, derechos humanos, estándares laborales, seguridad ocupacional, ética y respeto a los derechos de las comunidades indígenas. A través de nuestro análisis de materialidad identificamos cuán relevantes son estos aspectos para la industria y nuestros grupos de interés.

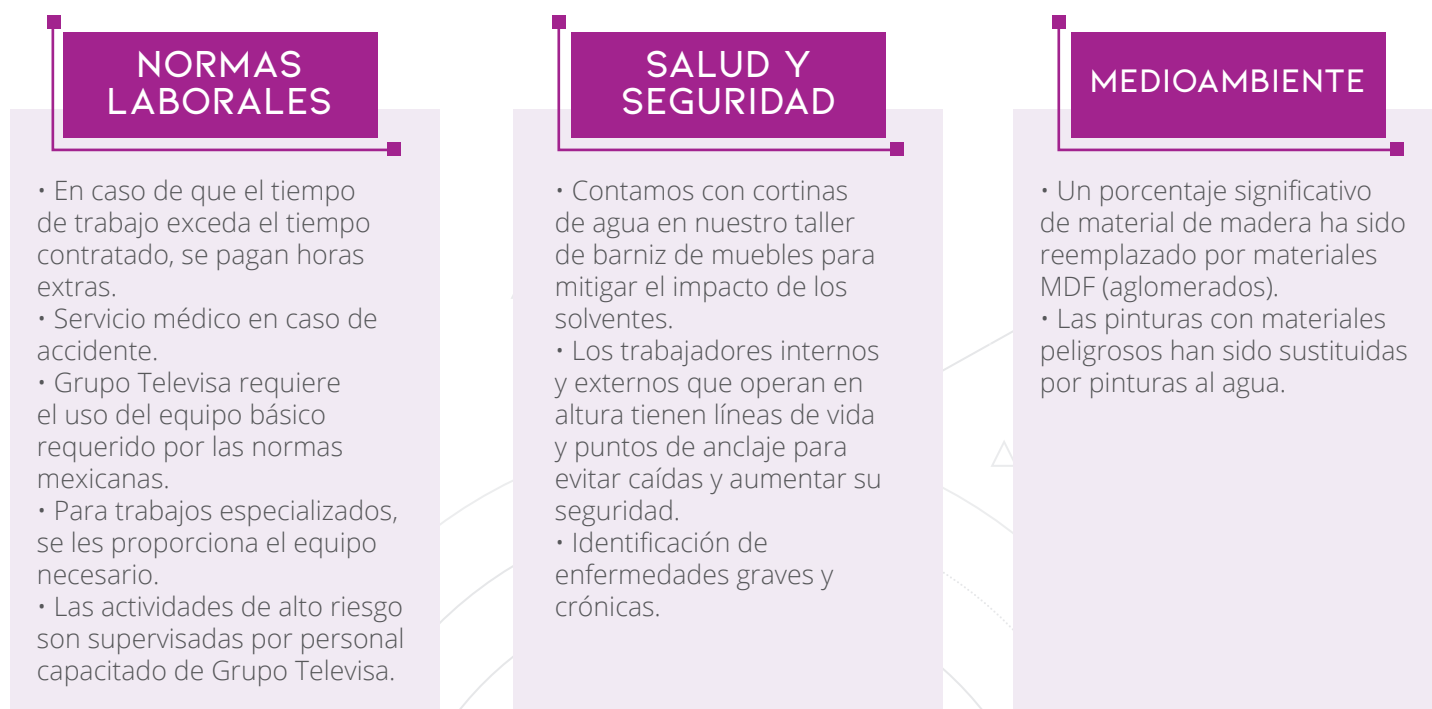
Para mitigar esos riesgos, en 2018, certificamos a 274 de nuestros proveedores en asuntos sociales y económicos a través de un tercero. De estos, 45 de

nuestros proveedores presentaron riesgos en términos de sostenibilidad. A la fecha, Grupo Televisa cuenta con 1,397 proveedores certificados a través de un tercero. Nuestro Departamento de Compras visitó sus instalaciones para identificar posibles incumplimientos a nuestros estándares de cadena de suministro. Varias áreas de oportunidades fueron reconocidas en esas visitas, y estamos trabajando con ellas para cerrar las brechas como parte de un proceso de mejora continua. En 2018, no hubo un impacto negativo significativo en nuestra cadena de suministro con respecto a las prácticas laborales, los derechos humanos o cualquier otra área social. Nuestro objetivo para 2019 es evaluar el 100% de nuestros proveedores para diciembre de 2019.

CADENA DE SUMINISTRO SOSTENIBLE PARTE EN NUESTROS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

En el sitio de producción de Televisa San Angel, la creatividad y la profesionalidad se centran no solo en la creación de programas de televisión de alta calidad, sino también en el desarrollo de altos estándares de sostenibilidad para nuestros proveedores. En ese sentido, dirigimos nuestros esfuerzos para establecer las mejores medidas de seguridad para los trabajadores de nuestros proveedores y asegurarnos de que tengan acceso a servicios médicos efectivos y planes de compensación justos. Además, utilizamos productos ecológicos en nuestros foros para mitigar el impacto ambiental negativo.

Figura 29. Aspectos de sostenibilidad del sitio de producción para trabajadores externos



CADENA DE SUMINISTRO SUSTENTABLE EN EDITORIAL TELEvisa

En la esfera medioambiental, realizamos una evaluación de los proveedores de papel de Editorial Televisa y detectamos cuáles contaban con al menos una de las siguientes certificaciones de sostenibilidad: Programa de Reconocimiento de Sistemas de Certificación Forestal (PEFC, por sus siglas en inglés), Certificación de Cadena de Custodia (CoC, por sus siglas en inglés), Certificación de Manejo Forestal (FSC, por sus siglas en inglés) y Certificación de Iniciativa Forestal Sostenible (SFI, por sus siglas en inglés). Como uno de los distribuidores de contenido impreso más importantes de México, sabemos que al elegir a los socios correctos podemos contribuir a la conservación de los bosques, no solo de México, sino también de otras regiones del mundo.

Todo el papel comprado en el extranjero (que representa el 97% del papel utilizado) se compra en molinos legalmente establecidos que cuentan con certificaciones como PEFC, SFI y FCS que garantizan que el papel proviene de bosques gestionados de forma sostenible, y FCS CoC que garantiza la cadena de custodia de las materias primas producidas de forma sostenible.

Como iniciativa para el abastecimiento de papel sostenible, en todas las compras que hace Editorial

Televisa directamente a molinos en el extranjero se solicitó la certificación del Consejo de Administración Forestal (FSC) la cual garantiza un manejo sostenible de los bosques.

Editorial Televisa, tiene como objetivo durante el año 2019, el tener proveedores que hagan manejo sostenible de bosques para la extracción de la fibra virgen debido a la importante diferencia de precio que representa el papel para impresión obtenido a partir de fibras recicladas.

Editorial Televisa no impone ninguna restricción respecto a la adquisición de papel blanqueado con cloro. El papel que es adquirido en molinos pertenecientes a países de la Unión Europea, por ley no pueden utilizar cloro en su proceso de blanqueamiento. Actualmente, el blanqueamiento utilizando dióxido de cloro (ECF) es el más común en nuestros proveedores de papel.

Con respecto a materiales utilizados para el embalaje; A partir del mes de marzo de 2018, se ha prohibido el uso de PVC a los proveedores de retractilado de libros y revistas. Por especificación medioambiental corporativa se debe utilizar poleolefina para este proceso.

En 2018, utilizamos 12,153,865 kg de papel utilizado en los diferentes títulos de la Editorial, para producir las revistas de las marcas en las que tenemos derechos, tales como National Geographic, National Geographic Traveler,

Fortune en español, Marvel Comics y otras. De esta cantidad, al menos 95% fue papel certificado (papel utilizado que cuenta con certificaciones PEFC, CoC, FSC, SFI). Además, tres de siete de nuestros principales proveedores de impresión tienen certificaciones de gestión forestal responsable.

La siguiente tabla indica el peso total del papel utilizado en kilogramos y desglosado por tipo (es decir, origen, certificación, degradación y degradación de la fibra virgen, grado y métodos de recubrimiento y blanqueamiento).

Tabla 28. Cantidad utilizada y porcentaje de material certificado

TIPO	CANTIDAD UTILIZADA Y PORCENTAJE DE MATERIAL CERTIFICADO
CUBIERTO	9,881,092 kg.
NO CUBIERTO	2,272,773 kg.
CUBIERTO	Al menos el 95% del papel utilizado cuenta con certificaciones PEFC, CoC, FSC, SFI
NO CUBIERTO	Al menos el 91% del papel utilizado cuenta con certificaciones PEFC, CoC, FSC, SFI
MÉTODOS DE RECUBRIMIENTO	En 2018, el 81.3% del papel es papel cubierto. El recubrimiento consta básicamente creta, arcilla o talco, destinados a cubrir la superficie del papel fijados entre sí y al papel mediante sustancias aglutinantes.
BLANQUEAMIENTO	El 62% del papel utilizado en 2018 utiliza proceso de blanqueamiento óptico en su fabricación.
TOTAL	12,153,865 kg

Durante el año 2018, Editorial Televisa envió a destrucción y reciclaje 111.91 toneladas de revista terminada que corresponden a ejemplares de servicio como comprobantes para anunciantes y ejemplares de cortesía no utilizados. Estos datos corresponden a los procesos de reciclaje a cargo del área de producción de Editorial Televisa, la Distribuidora Intermex tiene un mayor porcentaje de reciclaje de materiales y son ellos los que están a cargo de la distribución a segundo mercado.

Tabla 29. Porcentaje de fibra reciclada en el papel

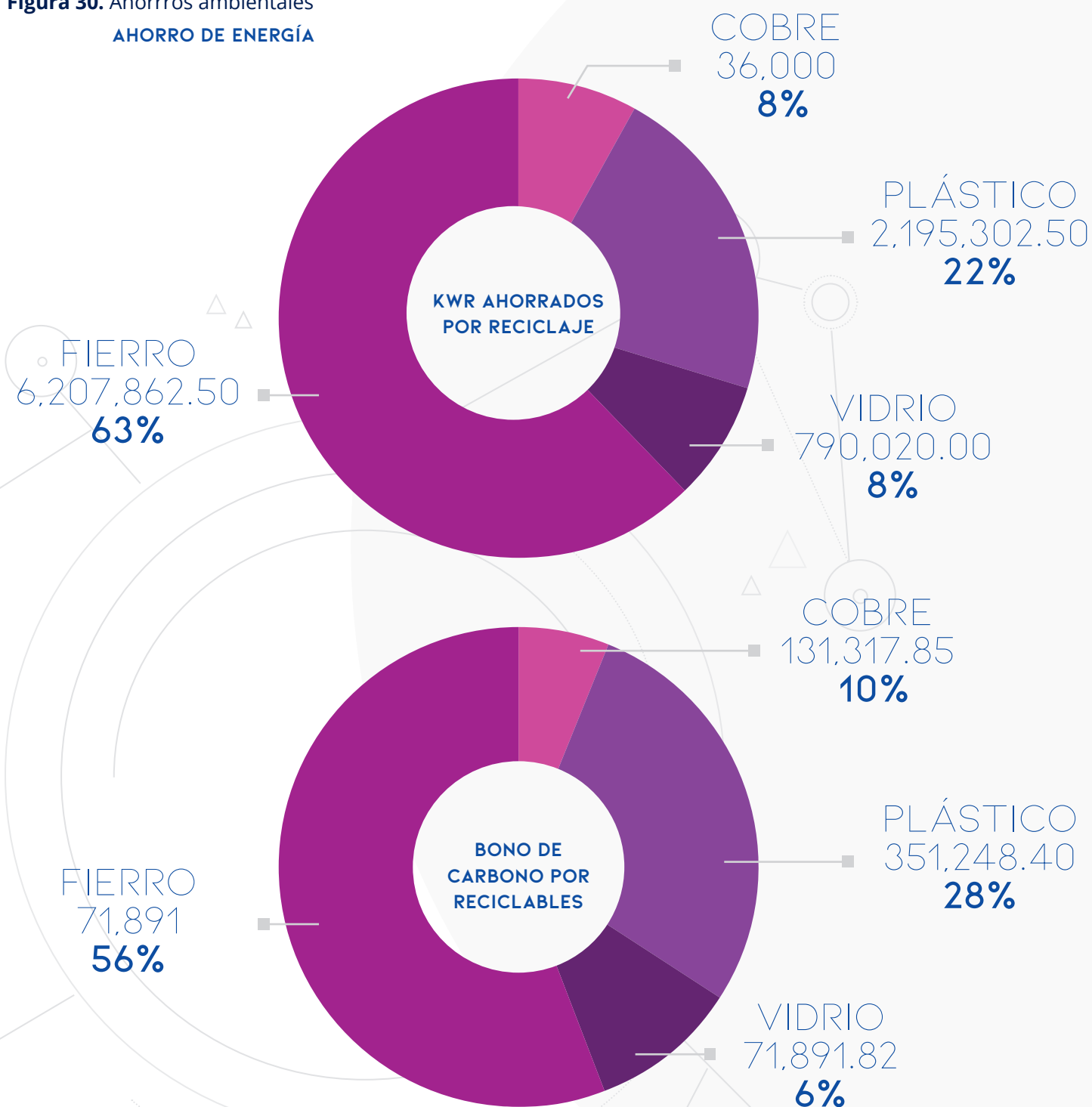
FUENTE	2018 EN %
FIBRA RECICLADA	8.5%
FIBRA CERTIFICADA POR FSC	97%
FIBRA CERTIFICADA POR PEFC	92%
SIN INFORMACIÓN SOBRE CERTIFICACIÓN O RECICLAJE	3%

CADENA DE SUMINISTRO SUSTENTABLE EN IZZI

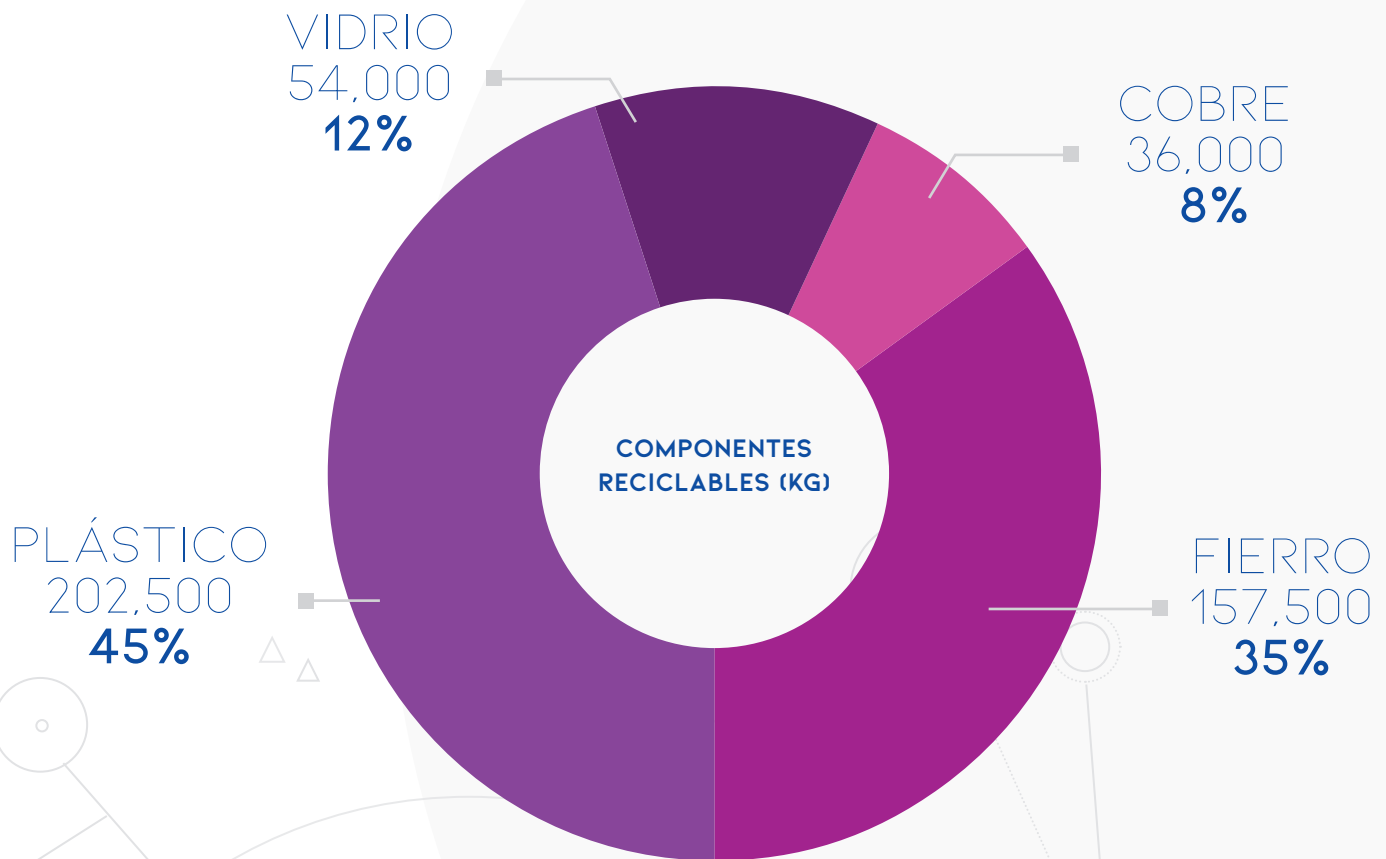
En IZZI, elegimos a nuestro proveedor de gestión de residuos en función de criterios medioambientales para la recolección y reciclaje de residuos electrónicos. Los tres aspectos principales considerados en la evaluación del proveedor fueron: (i) existencia de un plan de gestión de residuos; (ii) mejores prácticas de la industria; y (iii) alto porcentaje de residuos reciclados.

Como resultado de esta colaboración, se reciclaron 500 toneladas y 800 mil piezas de decodificadores obsoletos. Además, como parte de este programa, se reciclaron dos toneladas de fibra óptica y cables coaxiales. Las siguientes gráficas muestran el ahorro de energía y el impacto ambiental por los componentes reciclados.

Figura 30. Ahorros ambientales
AHORRO DE ENERGÍA



IMPACTO AMBIENTAL POR COMPONENTES RECICLABLES



IMPACTO AMBIENTAL

	VIDRIO	FIERRO
	5,901.31	
	24,227.21	
	590,130.91	
	LITROS DE PETROLEO AHORRADOS	
	KG DE CO2 AHORRADOS	
	KW/H AHORRADOS	

1,779.66 M3 DE AGUA AHORRADOS

DESCRIPCIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO IZZI

Tipo de proveedores que tiene IZZI: Fabricantes, Productores Primarios, Subcontratistas, Mayoristas, Intermediarios, Consultores, Contratistas, Distribuidores.

Table 30. Cadena de suministro de IZZI:

CADENA DE SUMINISTRO	
CONCEPTO	2018
NÚMERO DE PROVEEDORES QUE TRABAJAN PARA LA ORGANIZACIÓN	1,265
NÚMERO APROXIMADO DE PROVEEDORES MÁS RELEVANTES (PROVEEDORES CON COMPRAS MAYORES A 250,000 MXN)	912
PORCENTAJE DE COMPRAS QUE REPRESENTAN LOS PRINCIPALES PROVEEDORES	90%

Tabla 31. Porcentaje del presupuesto para adquisiciones en los lugares con operaciones significativas se destina a proveedores locales¹⁸

PROVEEDORES LOCALES 2018		
LUGAR	NÚMERO DE PROVEEDORES	PORCENTAJE DE COMPRAS/ADQUISICIONES
Ciudad de México	1,164	68%



¹⁸ Proveedores Nacionales mayormente contratistas y distribuidores cuyo servicio agrega valor a la compra de equipos

ESTRATEGIA COMERCIAL EN NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

En 2018, se actualizó la estrategia comercial en nuestra cadena de suministro, de acuerdo con un modelo de cuatros principios que se implementan en la operación cotidiana del Departamento de compras. Estos principios son: (i) compromiso financiero, que implica lograr buenas negociaciones, ahorros y gestión eficiente del inventario; (ii) servicio al cliente, que comprende el otorgamiento

de servicios de alto nivel en términos de calidad, precio, entrega oportuna y selección de proveedores; (iii) aplicación y adherencia a políticas, que incluye la evaluación del nivel de cumplimiento de políticas internas, asegurando que no existan malas prácticas; y (iv) entorno organizacional, que implica el incremento de la productividad laboral y el nivel de compromiso del personal con el Departamento de compras.

Figura 31. Ejes de la estrategia comercial en nuestra cadena de suministro



COMPRAS DE TECNOLOGÍA AMIGABLE CON EL MEDIOAMBIENTE. CASO DE ÉXITO; NUEVO DE SERVICIOS DE IMPRENTA

La VP de Tecnologías realizó un análisis a detalle sobre el servicio de impresión que se tenía, identificando las oportunidades de mejoras del servicio para beneficios de Televisa en temas de ahorros, mejora tecnológica y sobretodo en temas del cuidado del medioambiente. Para considerar al proveedor, este necesitaba estar comprometido con el medioambiente (Líder en el reciclaje y destrucción responsable de desechos).

El alcance del proyecto abarca las oficinas corporativas de Santa Fe, San Ángel, Chapultepec, algunas filiales, Televisoras Regionales (foráneas y metropolitanas) con un despliegue de poco más de 390 equipos que brindan el servicio a más de 5,000 usuarios a nivel nacional. Con esto se espera la reducción de desperdicio de papel (estimación de ahorro anual 28%) y ahorros energéticos.

Grupo Televisa, al ser una empresa socialmente responsable, requiere que el proveedor garantice la gestión de desechos de manera responsable y cuidando el medio ambiente, para lo cual el proveedor entregará periódicamente los certificados del manejo y destrucción de residuos bajo los estándares establecidos por los controles ambientales.

La VP de Tecnologías identificó que una iniciativa de este tipo con lleva a un impacto a nivel cultural organizacional, es por eso que desarrolló e implementó una campaña de comunicación:

- Etapa de transición del servicio: informar del cambio en el modelo del servicio (vinculado a mensajes ecológicos).
- Etapa de concientización: sensibilizar al usuario del impacto a nivel ecológico (mensajes con datos duros de impacto ambiental).





INFORMACIÓN DE CONTACTO

(GRI 102-53)

PABLO NECOECHEA

Coordinador de Sustentabilidad y Análisis

T: +52 1 (55) 5261 2349

pdnecoecheap@televisa.com.mx

CARLOS MADRAZO

VP, Relación con Inversionistas

T: +52 1 (55) 5261 2445

ir@televisa.com.mx



ÍNDICE INDICADORES ASG

CONTENIDO	TÍTULO	INDICE DE CONTENIDO DE LOS ESTÁNDARES GRI PARA LA OPCIÓN EXHAUSTIVA "DE CONFORMIDAD"	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)	PACTO MUNDIAL
GRI 102: Contenidos Generales		Páginas	ODS	Pacto Mundial
Perfil de la organización	Perfil			
102-1	Nombre de la organización	01	8, 9, 12, 17	
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	10 - 12	8, 9, 12, 17	
102-3	Ubicación de la sede	11	8, 9, 12, 17	
102-4	Ubicación de las operaciones	11	8, 9, 12, 17	
102-5	Propiedad y forma jurídica	04, 05	8, 9, 12, 17	
102-6	Mercados servidos	10 - 12	8, 9, 12, 17	
102-7	Tamaño de la organización	10 - 14, 24	5, 8, 9, 10, 12, 17	
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	58 - 61	5, 10, 12	Principio 6. Normas Laborales. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
102-9	Cadena de suministro	119 - 129. Declaración de Grupo Televisa sobre la gestión sostenible de la cadena de suministro http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/corporate-statements/grupo-televisa-statement-on-sustainable-supply-chain-management.pdf	8, 11, 12, 13, 17	
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	10-12, 15, 26, 33, 119	8, 9, 12, 17	
102-11	Principio o enfoque de precaución	85	6, 7, 11, 12, 13, 14, 15, 17	
102-12	Iniciativas externas	20, 28, 91, 109	4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17	
102-13	Afiliación a asociaciones	38, 30, 109, 136	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17	

Estrategia		Páginas	ODS	Pacto Mundial
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	01 - 03		
102-15	Impactos, riesgos y oportunidades principales	53 - 57	8, 9, 11, 13, 16	
Ética e integridad		Páginas	ODS	Pacto Mundial
102-16	Valores, principios, Estándares y normas de conducta	15, 37 -44	12, 16, 17	Principio 10. Anticorrupción. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	37 -44	12, 16, 17	Principio 10. Anticorrupción. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.
Gobernanza		Páginas	ODS	Pacto Mundial
102-18	Estructura de gobernanza	45 -52. Consultar la Forma 20-F 2018 para obtener más información sobre las posiciones de nuestros directores en Consejos de otras Compañías (http://www.televisair.com/en/reports-and-filings/form-20-f)	12, 16	
102-19	Delegación de autoridad	28, 45-52	4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17	
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	03	4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17	
102-21	"Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales "	28 - 36	4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17	
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	45 -52	12, 16	
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	49	12, 16	

102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	47, 48	12, 16	
102-25	Conflictos de intereses	45	12, 16	
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia	60, 67	12, 16	
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	60	12, 16	
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	60	12, 16	
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	60, 67, 72	8, 9, 11, 12, 13, 16	
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	53	4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17	
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	33	4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17	
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	03	4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17	
102-33	Comunicación de preocupaciones críticas	21 - 25	4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17	
102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	28, 33 - 35	4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17	
102-35	Políticas de remuneración	50, 52, 62, 64	12, 16	
102-36	Process for determining remuneration	50, 52, 62, 64, 74	12, 16	
102-37	Stakeholders' involvement in remuneration	50, 52, 62, 64, 74	12, 16	
102-38	Annual total compensation ratio	50, 52, 62, 64, 74	12, 16	
Participación de los grupos de interés		Páginas	ODS	Pacto Mundial
102-40	Lista de grupos de interés	30, 36	16, 17	
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	60	5, 10, 12	

102-42	Identificación y selección de grupos de interés	30 - 36	16, 17
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	30 - 36, 109, 115, 116	8, 17
102-44	Temas y preocupaciones que han sido señalados a través de la participación de los grupos de interés	30, 36	16, 17
102-44	Approach to stakeholder engagement Key topics and concerns raised	30 - 36, 109, 115, 116	16, 17

Prácticas para la elaboración de informes		Páginas	ODS	Pacto Mundial
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	13, 14		
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	33 - 35	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17	
102-47	Lista de temas materiales	33 - 35	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17	
102-48	Re expresión de la información	06, 07	12	
102-49	Cambios en la elaboración de informes	06, 07	12	
102-50	Periodo objeto del informe	06, 07	12	
102-51	Fecha del último informe	06, 07	12	
102-52	Ciclo de elaboración de informes	06, 07	12	
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	129	17	
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	06, 07	12	
102-55	Índice de contenidos GRI	130	17	
102-56	Verificación externa	No aplica	No aplica	

ECONÓMICOS

GRI 201: Desempeño económico

Páginas

ODS

Pacto Mundial

GRI 103: Enfoque de Gestión

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	26, 28, 33 - 35	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	45 - 52	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	53, 71, 72	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	10 - 14	1, 8, 12
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	33 - 35, 57	8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16
201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	58	1, 5, 8, 10, 12
201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	Not applicable	1, 8, 12

GRI 202: Presencia en el mercado

Páginas

ODS

Pacto Mundial

GRI 103: Enfoque de Gestión

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	8 - 14, 26, 33 - 35, 62 - 64	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	45 - 52	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	53, 71, 72	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16

202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	59	1, 8, 10, 12, 17
--------------	--	----	------------------

Principio 6. Normas Laborales. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

GRI 203: Impactos económicos indirectos

Páginas

ODS

Pacto Mundial

GRI 103: Enfoque de Gestión

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	8 - 14, 26, 33 - 35, 62 - 64	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	45 - 52	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	53, 71, 72	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	8 - 12, 78, 109 - 112	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	13, 14, 58 - 72, 85 - 106, 109 - 112	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17

GRI 204: Prácticas de adquisición		Páginas	ODS	Pacto Mundial
GRI 103: Enfoque de Gestión				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35, 119 - 128	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	119 - 128	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	71, 72, 119 - 128	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	127	8, 11, 12, 13, 17	
GRI 205: Anticorrupción		Páginas	ODS	Pacto Mundial
GRI 103: Enfoque de Gestión				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 -35, 37 - 44	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	37 - 44	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	42, 43, 71, 72	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	41	8, 9, 11, 12, 13, 16, 17	Principio 10. Anticorrupción. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	42, 43, 45, 50, 54	12, 16, 17	Principio 10. Anticorrupción. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	45	12, 16, 17	Principio 10. Anticorrupción. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.
GRI 206: Competencia desleal		Páginas	ODS	Pacto Mundial
GRI 103: Enfoque de Gestión				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	13, 33 - 35	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	45 - 52	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	42, 43, 71, 72	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	13	12, 16, 17	

AMBIENTALES

GRI 301: Materiales

Páginas

ODS

Pacto Mundial

GRI 103: Enfoque de Gestión

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35. Política de gestión ambiental http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/documents/synthesis-of-the-environmental-management-policy-grupo-televisa.pdf	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	86 - 90	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	71, 72, 91	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	99 - 104	11, 12, 13	<p>Principio 7. Medio Ambiente. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.</p> <p>Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.</p>
301-2	Insumos reciclados	99 - 104	11, 12, 13	<p>Principio 7. Medio Ambiente. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.</p> <p>Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.</p>
301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	99 - 104	11, 12, 13	<p>Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.</p>

GRI 302: Energía		Páginas	ODS	Pacto Mundial
GRI 103: Enfoque de Gestión				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35. Declaración de Grupo Televisa sobre la gestión de la energía http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/corporate-statements/grupo-televisa-statement-on-energy-management.pdf	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	86 - 90	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	71, 72, 91	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
302-1	Consumo energético dentro de la organización	95, 96, 11, 12, 13	11, 12, 13	Principio 7. Medio Ambiente. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente. Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
302-2	Consumo energético fuera de la organización	95, 96	11, 12, 13	Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
302-3	Intensidad energética	95, 96	11, 12, 13	Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

302-4	Reducción del consumo energético	95, 96	11, 12, 13	<p>Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.</p> <p>Principio 9. Medio Ambiente. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.</p>
302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	95, 96	11, 12, 13	<p>Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.</p> <p>Principio 9. Medio Ambiente. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.</p>
GRI 303: Agua		Páginas	ODS	Pacto Mundial
GRI 103: Enfoque de Gestión				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35. Declaración de Grupo Televisa sobre el agua http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/corporate-statements/grupo-televisa-statement-on-water.pdf		5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	86 - 90	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	71, 72, 91	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	

303-1	Extracción de agua por fuente	105, 106	6, 11, 12, 13	<p>Principio 7. Medio Ambiente. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.</p> <p>Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.</p>
303-2	Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua	106	6, 11, 12, 13	<p>Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.</p>
303-3	Agua reciclada y reutilizada	105, 106	6, 11, 12, 13	<p>Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.</p>
GRI 304: Biodiversidad		Páginas	ODS	Pacto Mundial
GRI 103: Enfoque de Gestión				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35, 107, 108, 111. Declaración de Grupo Televisa sobre biodiversidad y medio ambiente http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/corporate-statements/declaracion-de-grupo-televisa-sobre-la-biodiversidad-y-el-mediambiente.pdf		5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	86 - 90, 107, 108, 111	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	71, 72, 107, 108	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	

304-1	Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	107, 108, 111	14, 15, 17	Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	107, 108, 111	14, 15, 17	Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
304-3	Hábitats protegidos o restaurados	107, 108, 111	14, 15, 17	Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
304-4	Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	107, 108	14, 15, 17	Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

GRI 305: Emisiones	Páginas	ODS	Pacto Mundial
--------------------	---------	-----	---------------

GRI 103: Enfoque de Gestión

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35, 98, 99. Declaración de Grupo Televisa sobre cambio climático http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/corporate-statements/grupo-televisa-statement-on-climate-change.pdf	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	86 - 90, 98, 99	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	71, 72, 98, 99	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16

305-1

Emisiones directas de GEI
(alcance 1)

98

11, 12, 13, 14 15

Principio 7. Medio Ambiente. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

305-2

Emisiones indirectas de GEI al
generar energía (alcance 2)

98

11, 12, 13, 14 15

Principio 7. Medio Ambiente. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

305-3

Otras emisiones indirectas de
GEI (alcance 3)

98

11, 12, 13, 14 15

Principio 7. Medio Ambiente. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	99	11, 12, 13, 14 15	Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
305-5	Reducción de las emisiones de GEI	98, 99	11, 12, 13, 14 15	Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. Principio 9. Medio Ambiente. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.
305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	98, 99	11, 12, 13, 14 15	
GRI 306: Efluentes y residuos		Páginas	ODS	Pacto Mundial
GRI 103: Enfoque de Gestión				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35, 99 - 106. Política de gestión ambiental http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/documents/synthesis-of-the-environmental-management-policy-grupo-televisa.pdf	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	86 - 90, 99 - 106	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	71, 72, 99 - 106	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
306-1	Vertido de aguas en función de su calidad y destino	106	6, 11, 12, 13	Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	103, 104	6, 11, 12, 13	Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
306-3	Derrames significativos	104	6, 11, 12, 13	Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
306-4	Transporte de residuos peligrosos	103, 104	11, 12, 13	Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías	106, 107	6, 11, 12, 13	Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
GRI 307: Cumplimiento ambiental		Páginas	ODS	Pacto Mundial
GRI 103: Enfoque de Gestión				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35, 85 - 106. Política de gestión ambiental http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/documents/synthesis-of-the-environmental-management-policy-grupo-televisa.pdf	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	85 - 106	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	71, 72, 89 - 94	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	"Hasta el momento, no hemos recibido cualquier reclamo ambiental; también no multa significativa ha sido recibida por incumplimientos ambientales"	16, 17	Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores		Páginas	ODS	Pacto Mundial
GRI 103: Enfoque de Gestión				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35, 127, 128. Declaración de Grupo Televisa sobre la gestión sostenible de la cadena de suministro http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/corporate-statements/grupo-televisa-statement-on-sustainable-supply-chain-management.pdf	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	119 - 128	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	71, 72, 91	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales	122 - 127	8, 11, 12, 13, 17	Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	121	8, 11, 12, 13, 17	Principio 8. Medio Ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

SOCIALES

GRI 401: Empleo	Páginas	ODS	Pacto Mundial
-----------------	---------	-----	---------------

GRI 103: Enfoque de Gestión

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 -35, 58 - 84	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	58 - 84	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	71, 72	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16

401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	61	5, 10, 12
--------------	---	----	-----------

Principio 6. Normas Laborales. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	58 - 61	
--------------	---	---------	--

401-3	Permiso parental	58 - 61	5, 10
--------------	------------------	---------	-------

Principio 6. Normas Laborales. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

GRI 402: Relaciones trabajador-empresa	Páginas	ODS	Pacto Mundial
--	---------	-----	---------------

GRI 103: Enfoque de Gestión

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35, 58 - 84. Declaración de Grupo Televisa sobre los Diez Principios de la ONU http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/corporate-statements/grupo-televisa-statement-on-the-ten-principles-of-the-un.pdf	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	58 -84	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	71, 72	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16

402-1

Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales

66

5, 10, 17

Principio 3. Normas Laborales. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo

Páginas

ODS

Pacto Mundial

GRI 103: Enfoque de Gestión

103-1

Explicación del tema material y su Cobertura

33 - 35, 76 -84.
Declaración de Grupo Televisa sobre la seguridad e higiene
<http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/corporate-statements/grupo-televisa-statement-on-health-and-safety.pdf>

5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16

103-2

El enfoque de gestión y sus componentes

76 -84

5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16

103-3

Evaluación del enfoque de gestión

66, 71, 72, 76 - 84

5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16

403-1

Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad

79

3, 9

403-2

Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional

83

3, 9

403-3

Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad

83

3, 9

403-4

Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos

76- 84

3, 9

GRI 404: Formación y enseñanza		Páginas	ODS	Pacto Mundial
GRI 103: Enfoque de Gestión				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35, 76 -84. Declaración de Grupo Televisa sobre la seguridad e higiene http://www.televisair.com/~media/Files/IT/Televisa-IR/corporate-statements/grupo-televisa-statement-on-health-and-safety.pdf	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	76 -84	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	66, 71, 72, 76 - 84	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	68		Principio 6. Normas Laborales. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	67 - 70		
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	67 - 70	5, 10	Principio 3. Normas Laborales. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva. Principio 6. Normas Laborales. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades		Páginas	ODS	Pacto Mundial
---	--	---------	-----	---------------

GRI 103: Enfoque de Gestión

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35, 73 - 75. Declaración de Grupo Televisa sobre equidad de género http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/corporate-statements/grupo-televisa-statement-on-gender-equality.pdf	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	73 - 75	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	66, 71 - 75	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	73 - 75	5, 10	Principio 6. Normas Laborales. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	73 - 75	5, 10	Principio 6. Normas Laborales. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

GRI 406: No discriminación		Páginas	ODS	Pacto Mundial
----------------------------	--	---------	-----	---------------

GRI 103: Enfoque de Gestión

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35, 75. Política de igualdad de oportunidades http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/documents/synthesis-of-the-equal-opportunities-policy-grupo-televisa.pdf	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	75	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	66, 71, 72, 75	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	

406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	45	5, 10	Principio 6. Normas Laborales. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
--------------	--	----	-------	--

GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva	Páginas	ODS	Pacto Mundial
---	---------	-----	---------------

GRI 103: Enfoque de Gestión			
-----------------------------	--	--	--

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 -35, 60, 119 - 128. Declaración de Grupo Televisa sobre los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/corporate-statements/grupo-televisa-statement-on-the-ten-principles-of-the-un.pdf	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	60, 119 - 128	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	66, 71, 72, 119 - 128	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	

407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	119 - 128	8, 11, 12, 13, 17	Principio 3. Normas Laborales. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
--------------	---	-----------	-------------------	--

GRI 408: Trabajo infantil	Páginas	ODS	Pacto Mundial
---------------------------	---------	-----	---------------

GRI 103: Enfoque de Gestión			
-----------------------------	--	--	--

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35, 120 - 122. Declaración de Grupo Televisa sobre los Diez Principios de la ONU http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/corporate-statements/declaracion-de-grupo-televisa-sobre-los-diez-principios-del-pacto-mundial-de-las-naciones-unidas.pdf	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
--------------	--	--	-----------------------------	--

103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	120 - 122	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	66, 71, 72, 120 - 122	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	120 - 122	8, 11, 12, 13, 17	Principio 5. Normas Laborales. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio		Páginas	ODS	Pacto Mundial
GRI 103: Enfoque de Gestión				

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35, 120 - 122. Declaración de Grupo Televisa sobre los Diez Principios de la ONU http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/corporate-statements/declaracion-de-grupo-televisa-sobre-los-diez-principios-del-pacto-mundial-de-las-naciones-unidas.pdf	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	120 - 122	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	66, 71, 72, 120 - 122	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	53, 120 - 122	8, 11, 12, 13, 17	Principio 4. Normas Laborales. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

GRI 410: Prácticas en materia de seguridad		Páginas	ODS	Pacto Mundial
GRI 103: Enfoque de Gestión				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 -35, 38 - 44	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	38 - 44	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	66, 71, 72, 38 - 44	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	43	12, 16, 17	Principio 1. Derechos Humanos. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

GRI 411: Derechos de los pueblos indígenas	Páginas	ODS	Pacto Mundial
--	---------	-----	---------------

GRI 103: Enfoque de Gestión

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35, 64. Política de igualdad de oportunidades http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/politicas/Sntesis%20Politica%20Igualdad%20de%20Oportunidades%20Grupo%20Televisa.pdf	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	64	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	66, 71, 72	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
411-1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	45	8, 11, 12, 13, 17

GRI 412: Evaluación de derechos humanos	Páginas	ODS	Pacto Mundial
---	---------	-----	---------------

GRI 103: Enfoque de Gestión

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35, 64. Declaración de Grupo Televisa sobre los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/corporate-statements/declaracin-de-grupo-televisa-sobre-los-diez-principios-del-pacto-mundial-de-las-naciones-unidas.pdf	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	64	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	66, 71, 72	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16

Principio 1. Derechos Humanos. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	45	8, 11, 12, 13, 16, 17	Principio 1. Derechos Humanos. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	43	4	Principio 1. Derechos Humanos. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
412-3	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	13, 14, 110 - 112	8, 11, 12, 13, 17	Principio 2. Derechos Humanos. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.
GRI 413: Comunidades locales		Páginas	ODS	Pacto Mundial
GRI 103: Enfoque de Gestión				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35, 110 -112. Programas filantrópicos de Grupo Televisa http://www.televisair.com/es-ES/sustainability/philanthropic-programs	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	110 -112	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	66, 71, 72	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	110 -112	1, 2, 3, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17	Principio 1. Derechos Humanos. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
413-2	Operaciones con impactos negativos significativos –reales y potenciales– en las comunidades locales	110 -112	8, 11, 12, 13, 17	

GRI 414: Evaluación social de los proveedores		Páginas	ODS	Pacto Mundial
GRI 103: Enfoque de Gestión				

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35. Declaración de Grupo Televisa sobre la gestión sustentable de la cadena de suministro http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/corporate-statements/declaracion-de-grupo-televisa-sobre-la-gestion-sustentable-de-la-cadena-de-suministro.pdf	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	160	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	66, 71, 72, 119 - 128	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	120, 121	8, 11, 12, 13, 17	Principio 2. Derechos Humanos. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.
414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	120, 121	8, 11, 12, 13, 17	Principio 2. Derechos Humanos. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.

GRI 415: Política pública		Páginas	ODS	Pacto Mundial
GRI 103: Enfoque de Gestión				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	21 - 25, 33 -35, 38 -44, 110 - 112	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	21 -25, 38 -44, 110 - 112	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	66, 71, 72	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
415-1	Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	110 - 112		Principio 10. Anticorrupción. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

GRI 418: Privacidad del cliente		Páginas	ODS	Pacto Mundial
GRI 103: Enfoque de Gestión				

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	33 - 35, 117, 118. Política de protección y tratamiento de datos personales http://www.televisaair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/sintesis-politica-proteccion-y-tratamiento-de-datos-personales.pdf	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	117, 118	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	66, 71, 72	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	13		

GRI 419: Cumplimiento socioeconómico		Páginas	ODS	Pacto Mundial
GRI 103: Enfoque de Gestión				

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	13, 14, 33 - 35, 38 -44	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	38 - 44	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	71, 72	5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16	
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	13		

MEDIA

G4-M1	Financiación significativa y otros apoyos recibidos de fuentes no gubernamentales.	Forma 20-F P. 13- 15. http://otp.investis.com/clients/us/grupo_televisa/SEC3/sec-show.aspx?FilingId=13391447&Cik=0000912892Type=PDF&hasPdf=1	
G4-M2	Metodología para evaluar y monitorear el cumplimiento del compromiso con los valores de creación de contenido	16 - 19	8, 12, 16
G4-M3	Acciones tomadas para mejorar el cumplimiento de los valores de creación de contenido, y resultados obtenidos.	16 - 19	8, 12, 16
G4-M4	Acciones tomadas para mejorar el desempeño en relación a los asuntos de divulgación de contenido (acceso y protección de públicos vulnerables y toma de decisiones informadas), y los resultados obtenidos.	22 - 25	8, 12, 16
G4-M5	Número y naturaleza de respuestas (retroalimentación/ quejas) relacionadas con la divulgación de contenido, incluyendo la protección de públicos vulnerables, la toma de informada de decisiones y acceso, y procesos para responder a los reclamos.	45	8, 12, 16
G4-M6	Métodos para interactuar con públicos, y resultados.	09 - 14, 114 -116	4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17
G4-M7	Acciones tomadas para empoderar a públicos por medio del desarrollo de habilidades para hacer una lectura crítica de medios, y los resultados obtenidos.	09 - 14, 114 -116	4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17

KPIS SECTORIALES DESARROLLADOS POR SASB

Códigos	Estándares industriales	Tema	Páginas
SASB SV-ME-000.A, SASB SV-ME-000.B	Medios y entretenimiento	Métrica de actividad	09 - 12
SASB TC-TL-000.A, SASB TC-TL-000.B, SASB TC-TL-000.C, SASB TC-TL-000.D	Telecommunication services	Métrica de actividad	09 - 12
SASB SV-ME-000.A, SASB SV-ME-000.B	Medios y entretenimiento	Métrica de actividad	09 - 14
SASB TC-TL-220a.1, SASB TC-TL-220a.3	Servicios de telecomunicación	Privacidad de datos	13 - 14
SASB SV-ME-270a.1, SASB SV-ME-270a.2	Servicios de telecomunicación	Integridad periodística y identificación de patrocinio	13 - 14
SASB TC-TL-520a.1	Servicios de telecomunicación	Comportamiento competitivo e internet abierto	13 - 14
SASB SV-ME-260a.2	Medios y entretenimiento	Pluralismo en medios	16, 22 - 25
SASB TC-TL-520a.3	Servicios de telecomunicación	Comportamiento competitivo e internet abierto	33 - 35, 54 - 57
SASB TC-TL-230a.1	Servicios de telecomunicación	Seguridad de datos	38 - 44
SASB SV-ME 260a.1	Medios y entretenimiento	Pluralismo en medios	74 - 75
SASB TC-TL-440a.1	Servicios de telecomunicación	Gestión de vida útil del producto	99 - 104, 121 - 128
SASB TC-TL-230a.2	Servicios de telecomunicación	Seguridad de datos	118